Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Навчально-науковий інститут «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»
Кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

ДО ЗАХИСТУ
завідувач кафедри
світової політики, дипломатії
та туристичного бізнесу
доц. Парфіненко А.Ю.
_____

Кваліфікаційна бакалаврська робота

на тему: **«ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИЗМУ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ»**

Виконала: студентка 4 курсу, групи УТ-41
Спеціальності 242 «Туризм»
Бондаренко Катерина Григорівна
_____
(прізвище та ініціали)
Керівник: к.екон.н., доц. Сідоров М.В.
_____
(прізвище та ініціали)
Рецензент: к.екон.н., доц. Коваленко Р.С.
_____
(прізвище та ініціали)

Підсумкова оцінка:
за національною шкалою: _____
кількість балів: _____

Голова Екзаменаційної комісії
_____ Поколодна М.М.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Харків – 2025 року

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Навчально-науковий інститут «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»
Кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу
Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень) перший (бакалаврський)
Напрям підготовки
Спеціальність 242 «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ
завідувач кафедри
туристичного бізнесу
та країнознавства
Доц. Парфіненко А.Ю.

_____

“____” _____ 2025року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ БАКАЛАВРСЬКУ РОБОТУ (ПРОЕКТ)

Бондаренко Катерина Григорівна
(прізвище, ім’я, по батькові студента)

1. Тема роботи «Діджиталізація як інструмент повоєнного відновлення туризму Харківської області»

керівник роботи Сідоров Михайло Вадимович, к.е.н., доцент
(прізвище, ім’я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від «02».04.2025 № 4001-5/868

2. Строк подання студентом роботи 19.05.2025р.

3. Перелік питань, які потрібно розробити

Розглянути сутність та визначення поняття «діджиталізація»; дослідити роль державної підтримки щодо використання діджиталізації в туризмі; вивчити закордонний досвід використання діджиталізації в туризмі; охарактеризувати ресурсний потенціал Харківської області; проаналізувати використання

інструментів діджиталізації в туристичному бізнесі; надати рекомендації щодо ефективного впровадження інструментів діджиталізації для повоєнного відновлення туризму в регіоні.

4. План роботи

№ з/п	Назви етапів роботи
1	Розділ 1. Теоретичні основи дослідження діджиталізації в туризмі
2	Розділ 2. Сучасний стан та перспективи використання інструментів діджиталізації в туристичному бізнесі в Харківській області

5. Дата видачі завдання 12.11.2024 р.

Студент _____ **К.Г. Бондаренко**
підпис ініціали, прізвище

Керівник роботи _____ **М.В. Сідоров**
підпис ініціали, прізвище

АНОТАЦІЯ

Бондаренко К.Г. «Діджиталізація як інструмент повоєнного відновлення туризму Харківської області»

Роботу присвячено дослідженню діджиталізації як інструменту повоєнного відновлення туризму Харківсько області. Розглянуто сутність та визначення поняття «діджиталізація». Досліджено роль державної підтримки щодо використання діджиталізації в туризмі. Вивчено закордонний досвід використання діджиталізації в туризмі. Охарактеризовано ресурсний потенціал Харківської області. Проаналізувано використання інструментів діджиталізації в туристичному бізнесі. Надано рекомендації щодо ефективного впровадження інструментів діджиталізації для повоєнного відновлення туризму в регіоні.

Ключові слова: діджиталізація, туризм, повоєнне відновлення, Харківська область, цифрові технології, туристичний бізнес.

ANNOTATION

Bondarenko K. Digitalization as a Tool for Post-War Recovery of Tourism in Kharkiv Region

This paper is devoted to the study of digitalization as a tool for the post-war recovery of the tourism sector in the Kharkiv region. The paper explores the essence and definitions of the concept of «digitalization». It examines the role of state support in promoting the use of digital tools in tourism. The study also analyzes international experience in applying digitalization in the tourism industry. The resource potential of the Kharkiv region is characterized, and the use of digitalization tools in the tourism business is evaluated. The paper provides recommendations for the effective implementation of digital solutions aimed at revitalizing tourism in the region after the war.

Keywords: digitalization, tourism, post-war recovery, Kharkiv region, digital technologies, tourism business.

ЗМІСТ

Вступ 3

Розділ 1. Теоретичні основи дослідження діджиталізації в туризмі 6

1.1. Сутність та визначення поняття «діджиталізація» 6

1.2 Роль державної підтримки щодо використання діджиталізації в туризмі ..10

1.3. Закордонний досвід використання діджиталізації в туризмі 16

Розділ 2. Сучасний стан та перспективи використання інструментів діджиталізації в туристичному бізнесі в харківській області 22

2.1 Ресурсний потенціал Харківської області 22

2.2 Аналіз використання інструментів діджиталізації в туристичному бізнесі ..31

2.3. Рекомендації щодо ефективного впровадження інструментів діджиталізації для повоєнного відновлення туризму в регіоні 41

Висновки 52

Список використаних джерел 559

Додатки 61

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У сучасних реаліях повномасштабної війни, коли значна частина територій України зазнала руйнувань, втрати людського потенціалу та деградації інфраструктури, питання відновлення туристичної галузі набуває стратегічного значення. Туризм, як одна з найбільш динамічних сфер економіки, здатен виступати каталізатором регіонального відродження, формування позитивного міжнародного іміджу країни та активізації міжрегіональної співпраці. У цьому контексті діджиталізація виступає не лише інструментом модернізації, а й необхідною умовою для швидкої адаптації туристичних практик до нових безпекових, соціальних та логістичних умов.

Особливу актуальність процес діджиталізації туризму набуває у Харківській області – регіоні, що зазнав суттєвих втрат внаслідок бойових дій, проте зберігає значний туристичний і культурний потенціал. Саме цифрові технології (онлайн-платформи, віртуальні тури, геоінформаційні системи, мобільні додатки, інструменти цифрового маркетингу) відкривають нові можливості для подолання територіальної ізоляції, компенсації фізичних втрат інфраструктури та популяризації локальної ідентичності. Цифрові рішення сприяють підвищенню ефективності управління туристичними потоками, підтримці малого та середнього бізнесу, зростанню внутрішнього туризму та інтеграції регіону в глобальні туристичні мережі. Таким чином, дослідження діджиталізації як інструменту повоєнного відновлення туризму в Харківській області є не лише актуальним, а й надзвичайно своєчасним у контексті формування стратегії сталого розвитку посткризових територій.

Аналіз наукової розробленості проблеми. Проблематика цифрової трансформації туризму активно досліджується у працях українських і зарубіжних учених, зокрема: О. Абакуменко, Л. Лігоненко, О. Грибіненко, Brennen S., Паньків Н. Є., Гуменяк В. М., Головчук Ю. О., Худоба О. М., Боднар Р. О. та ін. Дослідження охоплюють аспекти цифрового маркетингу,

онлайн-букінгу, smart-туризму, використання штучного інтелекту та big data в туріндустрії. Однак більшість праць не враховують унікальних обставин відновлення туризму у регіонах, постраждалих від війни. У цьому контексті Харківська область потребує окремого кейс-аналізу як приклад цифрового інструментарію у повоєнній відбудові галузі.

Об'єкт дослідження – туристична галузь Харківської області.

Предмет дослідження – діджиталізація як інструмент повоєнного відновлення туризму Харківської області.

Мета роботи – дослідити діджиталізацію як інструмент повоєнного відновлення туристичної галузі Харківської області, визначити ефективні інструменти діджиталізації та обґрунтувати напрями їх впровадження для стимулювання регіонального туризму в післявоєнний період.

Завдання, які було поставлено для досягнення мети:

- розглянути сутність та визначення поняття «діджиталізація»;
- дослідити роль державної підтримки щодо використання діджиталізації в туризмі;
- вивчити закордонний досвід використання діджиталізації в туризмі;
- охарактеризувати ресурсний потенціал Харківської області;
- проаналізувати використання інструментів діджиталізації в туристичному бізнесі;
- надати рекомендації щодо ефективного впровадження інструментів діджиталізації для повоєнного відновлення туризму в регіоні.

Методологія дослідження. Робота базується на поєднанні загальнонаукових і спеціалізованих методів, таких як: системний підхід, структурно-функціональний аналіз, порівняльний аналіз, статистичний аналіз, SWOT-аналіз. Такий підхід дозволить комплексно дослідити діджиталізацію туризму як багатовимірне явище та виявити особливості її застосування в умовах посткризового регіону.

Інформаційна база дослідження включає чинні нормативно-правові акти України, аналітичні звіти Міністерства культури та інформаційної

політики, Державного агентства розвитку туризму України, статистичні данні Державної Служби Статистики України, публікації міжнародних організацій (UNWTO, OECD, WTTC), дослідження провідних науковців, дані проєктів ГО, ОДА, House of Europe, Diia.City, а також результати власного контент-аналізу та регіональних ініціатив.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Містить 65 сторінки тексту, 10 таблиць, 3 рисунків, 2 додатків. Список джерел містить 58 найменувань літератури.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ В ТУРИЗМІ

1.1. Сутність та визначення поняття «діджиталізація»

У сучасних умовах розвитку інформаційного суспільства діджиталізація набуває ключового значення для оптимізації бізнес-процесів, державного управління та освітньої сфери. Активне впровадження цифрових технологій трансформує способи організації діяльності підприємств, установ та окремих галузей економіки, що обумовлює необхідність чіткого визначення поняття «діджиталізація». Аналіз наукових джерел свідчить про наявність різних підходів до трактування цього терміна, що зумовлено багатогранністю його впливу на соціально-економічні процеси.

В різних джерелах використовуються декілька варіантів терміну: «цифровізація», «діджиталізація» та «інформатизація». А саме визначення «діджиталізація» використовують у значенні процесу переведення різноманітної інформації у всіх її формах – текстовій, звуковій, графічній – у цифровий формат, зрозумілий сучасним гаджетам.

Вивченням поняття «діджиталізація» займалися такі вчені-економісти як О. Абакуменко, Л. Лігоненко, О. Грибіненко, Brennen S. та ін. Діджиталізація охоплює широке коло аспектів, включаючи автоматизацію, використання великих даних, штучний інтелект та інші технології, які забезпечують ефективність і конкурентоспроможність організацій. Для розуміння теми варто розглянути сутність поняття «діджиталізація», проаналізувати наукові підходи до його визначення та охарактеризувати основні напрями його застосування в сучасному суспільстві [30].

XXI століття стало епохою інформаційних технологій, коли цифрові рішення почали відігравати ключову роль у всіх сферах життя. Перехід від промислової економіки до цифрової розпочався ще в другій половині XX століття з появою перших комп’ютерів і розвитком обчислювальних систем.

Однак справжнім каталізатором змін став інтернет. Якщо у 1990-х роках він лише зароджувався як інструмент для науковців і ентузіастів, то на початку 2000-х інтернет став масовим явищем [25]. Поширення доступу до всесвітньої мережі, поява високошвидкісного з'єднання та розвиток веб- технологій призвели до стрімкого зростання онлайн-комунікації, електронної комерції та цифрових сервісів. Соціальні мережі, пошукові системи та потокові платформи змінили спосіб отримання інформації, спілкування та ведення бізнесу, зробивши інтернет невід’ємною частиною сучасного суспільства.

Останніми роками процес діджиталізації у сфері туризму та гостинності став предметом численних наукових досліджень. Вчені активно вивчають переваги впровадження цифрових технологій у туристичну галузь. Зокрема, B. Neuhofer розглядав вплив цифрових рішень на досвід туристів, підкреслюючи їхню роль у підвищенні цінності туристичних ресурсів, персоналізації послуг, покращенні доступності сервісів і полегшенні обміну інформацією в режимі реального часу. M. Sigala також зазначає, що завдяки онлайн-бронюванню та мобільним застосункам діджиталізація сприяє підвищенню операційної ефективності туристичних підприємств і рівня задоволеності клієнтів.

Слід зазначити, що діджиталізація не оминула і сферу туризму та гостинності, що уможливило виникнення таких явищ як віртуальний туризм, 3D-тури, інтенсивний розвиток онлайн-платформ для потреб туризму та готельної справи [10]. Цифрова трансформація сучасної індустрії туризму та гостинності йде за стрімкою висхідною траєкторією.

Науковець Коробка С.В. у своїх роботах зазначав, що «діджиталізація» представляє собою способи приведення будь-якого різновиду інформації в цифрову форму [15]. Якщо спиратись на визначення, прийняте ЮНЕСКО, інформаційні технології – це комплекс взаємопов'язаних наукових, технологічних, інженерних дисциплін, що вивчають методи ефективної організації праці людей, зайнятих обробкою та зберіганням інформації, обчислювальну техніку, методи організації та взаємодії з людьми та

виробничим обладнанням, їх практичні програми, а також пов'язані з усім цим соціальні, економічні та культурні проблеми [21, с. 36].

Згідно з статтею 1 Закону України «Про Національну програму інформатизації», цифрова технологія – сукупність систематизованих правових, науково-технічних, організаційних рішень, спрямованих на застосування комп’ютерної та іншої електронно-обчислювальної техніки, програмного забезпечення та інших засобів для зменшення участі користувача інформаційно-комунікаційних систем і засобів інформатизації під час збирання, приймання, обробки, передавання інформації чи трудомісткості виконуваних операцій. А цифровізація – процес впровадження цифрових технологій у всі сфери суспільного життя [3].

На думку Ж.-П. де Клерка, діджиталізація передбачає застосування цифрових технологій та даних (як оцифрованих, так і спочатку створених у цифровому форматі) для підвищення прибутковості, вдосконалення бізнес-процесів, їх трансформації та формування відповідного цифрового середовища [31].

Використання інструментів діджиталізації таких, як соціальні мережі, мобільні додатки, технології віртуальної та доповненої реальності, штучний інтелект, аналітика великих даних, веб-сайти та ін. сприяє підвищенню ефективності, конкурентоспроможності та зручності в галузі їх застосування.

Діджиталізація охоплює широкий спектр застосувань у сучасному суспільстві, сприяючи трансформації різних галузей та підвищенню їхньої ефективності (табл. 1.1).

Технології трансформували як бізнес, так і його підходи до клієнтів. У наслідок Digital революції в туристичному бізнесі не залишилось сегментів, яких вона б не зачепила. Для здіснення більшості операцій таких як: планування мандрівки, бронювання, написання відгуків, пошук та оренда житла та ін. потрібно витратити короткий проміжок часу. Технології зробили це все можливим і піднесли на новий рівень.

Таблиця 1.1

Основні напрями впровадження діджиталізації

Напрями	Сутність впроваджень
1.Бізнес та економіка	Інтеграція цифрових технологій у бізнес-процеси дозволяє автоматизувати операції, оптимізувати ланцюги постачання та розробляти нові бізнес-моделі, що підвищує конкурентоспроможність компаній
2. Державне управління	Використання цифрових платформ у державному секторі сприяє підвищенню прозорості, ефективності та доступності публічних послуг для громадян
3.Освіта	Впровадження онлайн-ресурсів та дистанційного навчання розширює доступ до якісної освіти та сприяє індивідуалізації навчального процесу
4.Охорона здоров'я	Застосування телемедицини, електронних медичних записів та інших цифрових рішень покращує якість медичних послуг та спрощує доступ до них

Складено автором за матеріалами: [39]

У сфері туризму діджиталізація відіграє ключову роль у розвитку галузі. Основні напрями її застосування у туристичній галузі включають:

- Онлайн-бронювання: використання спеціалізованих платформ (Booking.com, Expedia, Airbnb) та систем управління бронюванням (Property Management Systems – PMS) для автоматизації процесу резервування турів, готелів, авіаквитків і додаткових послуг. Це підвищує зручність для клієнтів, мінімізує помилки та оптимізує роботу туристичних операторів.

- Віртуальні тури та доповнена реальність: технології 360°-відео, інтерактивні 3D-тури та AR-додатки (наприклад, Google Arts & Culture, Matterport) дозволяють потенційним туристам ознайомитися з готелями, пам’ятками та маршрутами до здійснення поїздки. Це сприяє зменшенню невизначеності та підвищенню рівня довіри клієнтів.

- Цифровий маркетинг: SEO (Search Engine Optimization): Оптимізація вебсайтів туристичних компаній для кращої видимості в пошукових системах. Контент-маркетинг: Створення блогу, відеооглядів, гайдів та іншого інформаційного контенту для залучення аудиторії (TripAdvisor, Lonely Planet). Таргетована реклама (Google Ads, Facebook Ads): Використання аналітики для персоналізованих рекламних кампаній. SMM (Social Media Marketing):

Просування через Instagram, TikTok, Facebook, де туристичні компанії активно взаємодіють з аудиторією через публікації, історії та інфлюенсерів.

- Аналіз великих даних (Big Data Analytics): інструменти на кшталт Google Analytics, AI-платформи (IBM Watson, Tableau) дозволяють персоналізувати послуги, прогнозувати попит та вдосконалювати клієнтський досвід [38].

- Автоматизація обслуговування клієнтів: впровадження чат-ботів (наприклад, ChatGPT, Trip.com AI-асистент), голосових помічників (Alexa for Hospitality), а також CRM-систем (Salesforce, HubSpot) для швидкого реагування на запити клієнтів та персоналізації комунікації.

- Безконтактні технології та мобільні додатки: використання електронних посадкових талонів, QR-кодів для реєстрації в готелях, мобільних гаманців (Google Pay, Apple Pay) та цифрових ключів для номерів (Hilton Digital Key).

- Блокчейн у туризмі: використання технології блокчейн для децентралізованого управління бронюванням, забезпечення безпеки транзакцій та створення надійних цифрових паспортів мандрівників (Winding Tree, Travala).

Отже, у сфері туризму діджиталізація сприяє вдосконаленню сервісів через онлайн-бронювання, цифровий маркетинг та використання великих даних для персоналізації послуг. Це дозволяє не лише підвищити якість туристичного досвіду, а й забезпечити ефективність операційних процесів підприємств. Однак попри численні переваги діджиталізація створює низку викликів. Серед них питання захисту персональних даних кібербезпеки, цифрової нерівності між регіонами та країнами, ризики втрати робочих місць у результаті автоматизації. Тобто реалізація потенціалу функцій діджиталізації можлива лише за умови комплексного підходу, включаючи технологічні, етичні, правові та соціальні аспекти.

1.2 Роль державної підтримки щодо використання діджиталізації в туризмі

У сучасних умовах глобальної цифрової трансформації туризм є однією з галузей, що найбільш динамічно розвивається завдяки впровадженню цифрових технологій. Проте ефективне використання інноваційних рішень значною мірою залежить від державної політики та наявності відповідних ініціатив щодо підтримки діджиталізації.

Головним завданням цифровізації є модернізація існуючих секторів економіки та створення нових, а також впровадження послуг в усі сфери життя, що оновлять його, зроблять більш ефективним та сучасним. Подібне зростання можливе, коли ідеї, дії, ініціативи та програми, пов’язані з цифровізацією, інтегруються в національні, регіональні та галузеві стратегії та програми розвитку

Державна підтримка відіграє ключову роль у процесі діджиталізації туризму, оскільки сприяє створенню сприятливого середовища для розвитку цифрових технологій, формуванню нормативно-правової бази та впровадженню інноваційних рішень у галузі. Основні напрями підтримки включають фінансову підтримку, створення та розвиток цифрової інфраструктури, освітні програми, маркетинг та розробку стандартів і законодавчих ініціатив для захисту персональних даних туристів та забезпечення кібербезпеки. Розглянемо детально основні напрями такої підтримки.

Держава надає фінансову допомогу підприємствам, які впроваджують цифрові технології. Це включає в себе гранти, субсидії та податкові пільги для розробки та впровадження онлайн-сервісів, мобільних додатків та інших цифрових рішень [40]. Прикладом надання державної допомги є Міністерство цифрової трансформації України, яке реалізує проєкти, спрямовані на підтримку цифровізації державних послуг, що включає і туристичну галузь.

На сьогодні процеси цифровізації туристичного комплексу України все ще проходять дуже повільно, що призводить до втрати конкурентних переваг і на внутрішньому, і на світовому ринку, скорочення обсягу надання туристичних послуг, зокрема на високотехнологічних засадах. Тому вже зараз всеохоплююча цифровізація має стати пріоритетним напрямом розвитку туристичного комплексу вітчизняної економіки. Своєю чергою це потребує формування та реалізації ефективних механізмів, інструментів та засобів державного регулювання в сферах як розвитку цифрової економіки, так і реалізації туристичного потенціалу регіонів України. Орієнтири (стратегічні завдання) державної політики активізації процесів діджиталізації в туристичному комплексі України наведено на рис. 1.

Рис. 1.1. Стратегічні вектори (завдання) державної політики активізації процесів діджиталізації в туристичному комплексі України [9]

Розвиток цифрової інфраструктури є ключовим для забезпечення доступності туристичних послуг. Це включає забезпечення швидкісного інтернету в туристичних зонах, впровадження смарт-технологій у містах та створення цифрових платформ для туристів. Методи державної підпримки цифровізації туризму наведені у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Методи державної підтримки цифровізації туризму

Метод	Характеристика
Грантова підтримка	Фінансова підтримка –надання коштів для реалізації інноваційних цифрових проектів у сфері туризму
Державно-приватне партнерство	Створення та розвиток цифрової інфраструктури, а саме залучення приватного бізнесу до участі у цифрових проектах за підтримки держави
Освітні програми	Розвиток цифрових навичок у працівників сфери туризму; підвищення кваліфікації співробітників; підготовка якісних кадрів для роботи у сфері туризму, які володіють цифровими компетентностями
Маркетингові кампанії	Просування туристичного потенціалу країни через соціальні мережі, формування позитивного іміджу
Нормативно-правове регулювання	Створення законодавчіх актів задля розвитку цифровізації у туризмі, в тому числі впровадження стандартів кібербезпеки

Складено автором за матеріалами: [20]

Державне агентство розвитку туризму України проводить активну діяльність у сфері модернізації туристичної інфраструктури та впровадження сучасних підходів до організації подорожей. У центрі уваги – проєкти, що стимулюють економічний розвиток регіонів, підтримують місцеві ініціативи та сприяють формуванню нових туристичних маршрутів із високою доданою вартістю. Значна увага приділяється співпраці з територіальними громадами, представниками бізнесу та громадськими організаціями задля забезпечення сталого функціонування туристичної сфери. Реалізовані ініціативи спрямовані на збереження культурної спадщини, розвиток регіонального брендингу, створення нових робочих місць і розширення туристичних пропозицій, які формують позитивний імідж України на внутрішньому та міжнародному ринку [37].

Підвищення цифрових компетентностей працівників туристичної сфери є ключовим напрямом державної підтримки, оскільки цифрові технології стали невід’ємною складовою сучасного туризму. Освітні ініціативи у цій сфері сприяють адаптації фахівців до змін ринку, підвищенню якості послуг і

загальній конкурентоспроможності галузі. Інвестиції у навчання є важливою передумовою сталого розвитку туризму в Україні.

Показовим прикладом популяризації цифровізації серед майбутніх фахівців є зустріч студентів спеціальності «Туризм» із О. Чернегою – координаторкою цифрових проєктів у галузях туризму, культури та спорту при КМДА (2022 р.). Учасники заходу обговорювали актуальні цифрові тренди та їхню роль у збереженні культурної спадщини й розвитку туристичного руху [43]. (додаток А).

Одним із напрямів державної цифрової політики у сфері туризму є просування туристичних об’єктів і маршрутів через спеціалізовані онлайн-ресурси, мобільні застосунки та соціальні мережі. Такі інструменти дозволяють не лише презентувати туристичний потенціал регіонів, а й забезпечують доступність актуальної інформації для вітчизняних і зарубіжних мандрівників.

Прикладом ефективного цифрового інструменту є портал «Discover Ukraine» [46], що містить відомості про пам’ятки, культурні події та тематичні маршрути або платформа «Visit Ukraine», що орієнтована на іноземних туристів і надає інформацію про правила в’їзду, безпечні напрямки та туристичні об’єкти.

Державні ініціативи, такі як партнерство ДАРТ з проєктом Virtual Ukraine (virtualukraine.travel), демонструють зусилля, спрямовані на створення інтерактивного VR-контенту, що охоплює природні, культурно-історичні й інфраструктурні туристичні локації, а також об’єкти, пошкоджені внаслідок бойових дій. У межах підписаного меморандуму передбачено розвиток 3D-турів та контенту у форматі VR360.

Також варто згадати ініціативу Міністерства культури та інформаційної політики України, яке презентувало стратегію підтримки креативних індустрій і гостинності, зокрема через цифрове просування національного туристичного продукту [41].

Таким чином, цифрові технології стають важливим інструментом у підвищенні туристичної привабливості України, сприяючи розвитку внутрішнього і в'їзного туризму, збереженню культурної спадщини та формуванню позитивного іміджу країни в умовах повоєнного відновлення.

Держава відіграє важливу роль у створенні правової та безпекової основи для цифровізації туристичної галузі. Впровадження сучасних технологій у сферу туризму потребує чітких правил захисту персональних даних, кібербезпеки та регулювання діяльності онлайн-сервісів. Одним із ключових аспектів є забезпечення захисту інформації туристів, що використовують електронні платформи для бронювання готелів, купівлі квитків чи участі в онлайн-екскурсіях. Держава розробляє та впроваджує відповідні стандарти кібербезпеки для запобігання шахрайству та витоку даних. Наприклад, Україна працює над впровадженням європейських стандартів у сфері захисту персональних даних. Зокрема, розроблено законопроєкт «Про захист персональних даних» № 8153, який відповідає стандартам GDPR та Конвенції 108+. Цей законопроєкт отримав позитивну оцінку міжнародних експертів і спрямований на посилення захисту персональних даних громадян України [44]. Також важливим напрямом є ліцензування туристичних онлайн-сервісів і контроль за якістю наданих послуг. Наприклад, Міністерство цифрової трансформації України ініціює впровадження єдиного реєстру туристичних операторів, що дозволяє перевіряти легальність компаній і гарантувати туристам безпечний вибір послуг. Таким чином, заходи з регулювання та безпеки, такі як впровадження Єдиного туристичного реєстру, сприяють підвищенню довіри до цифрових туристичних сервісів, що позитивно впливає на розвиток туристичної галузі загалом [40].

Говорячи про розвиток цифрової інфраструктури, а саме стимулювання використання інноваційних технологій слід зазначити, що нормативно-правові акти є необхідними. Наприклад, Закон України «Про публічні електронні реєстри» (2021 р.) закріплює принципи доступності, безпечності та ефективності електронних сервісів для громадян та бізнесу, у тому числі в

сфері туризму [4]. Ще одним нормативно-правовим актом є Закон України «Про електронну ідентифікацію та електронні довірчі послуги» (2017 р.), у якому затверджено принципи використання електронних підписів, печаток і часових міток, що є важливим для укладання онлайн-договорів, проведення безпечних платежів та підтвердження автентичності даних у цифровому середовищі [2].

Також важливим є закон, що регулює використання блокчейн-технологій – Закон України «Про віртуальні активи» [1] № 2074-IX, прийнятий 17 лютого 2022 року, у якому зазначено визначення віртуальних активів, правовий статус та правила щодо обігу віртуальних активів.

Отже, державна підтримка відіграє важливу роль у впровадженні цифрових технологій у туристичну сферу, сприяючи її модернізації та підвищенню ефективності. Завдяки розвитку цифрової інфраструктури, впровадженню правових стандартів у сфері кібербезпеки, створенню інтерактивних платформ і ініціатив з цифрового просування туристичних об'єктів, галузь отримує можливість адаптуватися до вимог сучасного ринку. Цифровізація підвищує якість туристичних послуг, забезпечує їхню доступність та безпеку для споживачів. Використання новітніх технологій відкриває нові можливості для залучення внутрішніх і міжнародних туристів, що позитивно впливає на економіку країни. Таким чином, цілеспрямована державна політика у сфері цифрової трансформації туризму є ключовим чинником його сталого розвитку.

1.3. Закордонний досвід використання діджиталізації в туризмі

Аналізуючи закордонний досвід можна сказати, що цифровізація є ключовим фактором розвитку туристичної галузі. Багато країн активно впроваджують інноваційні технології для підвищення якості туристичних послуг, забезпечення зручності подорожей та залучення нових туристів.

Сфера туризму належить до тих галузей, які найбільшою мірою зазнають впливу глобальної цифровізації. Вона не лише активно впроваджує цифрові інновації у власну діяльність, але й виступає посередником між технологічними змінами та кінцевим споживачем, сприяючи формуванню цифрової компетентності користувачів і розвитку нових форм комунікації. Цифрова комунікація у сучасному бізнесі – це взаємодія між підприємствами та споживачами, яка відбувається через цифрові канали: веб-сайти, мобільні застосунки, соціальні мережі, месенджери тощо. Особливість такої комунікації полягає в тому, що учасники процесу (наприклад, турист і туристична компанія) можуть взагалі не мати попереднього особистого контакту чи знайомства – вони взаємодіють виключно в цифровому середовищі.

Головне завдання цифрових комунікацій у туристичній сфері полягає в забезпеченні ефективної взаємодії між усіма учасниками ринку за допомогою сучасних цифрових технологій. Це передбачає створення зручної інфраструктури для обміну інформацією, орієнтацію на потреби споживачів та підвищення гнучкості систем, що обробляють дані клієнтів. Таким чином, цифрові комунікації стають ключовим елементом цифрової трансформації туристичного бізнесу [6].

Закордонний досвід використання цифрових технологій у туризмі свідчить про їхню ключову роль у трансформації галузі, підвищенні ефективності та конкурентоспроможності. Багато країн активно впроваджують цифрові рішення для покращення якості туристичних послуг, спрощення процедур для мандрівників та залучення нових відвідувачів. Приклади впровадження цифровізації у сферу туризму в різних країнах наведені у таблиці 1.3.

Сучасні туристи все частіше використовують онлайн-платформи для планування подорожей, бронювання квитків і проживання. Такі сервіси, як Booking.com, Expedia та Airbnb, Skyscanner, Google Flights, HERE WeGo, TripAdvisor, дозволяють швидко та зручно організувати поїздку, порівняти ціни та ознайомитися з відгуками інших мандрівників. Технології доповненої

(AR) та віртуальної (VR) реальності активно впроваджуються в туристичній сфері багатьох країн світу. Зокрема, у Північній Америці, Європі та Азіатсько-Тихоокеанському регіоні спостерігається значне зростання використання AR для покращення туристичних вражень. Наприклад, Лувр у Франції пропонує онлайн-відвідування музею, а в Колізеї в Італії діють AR-екскурсії, які відтворюють вигляд арени в давньоримські часи.

Таблиця 1.3

Приклади цифровізації у сфері туризму в різних країнах

Напрям цифровізації	Країна, приклад	Харакеристики, опис
Цифрові платформи	Booking.com, Expedia, Airbnb, Skyscanner, Google Flights, HERE WeGo, TripAdvisor	Планування подорожей, бронювання квитків і проживання, порівняння цін, відгуки туристів
AR, VR технології	Франція, Іспанія, Італія	Віртуальні тури, використання технологій доповненої реальності у музеях, екскурсіях, пам’ятках, тощо.
Smart tourism	Сінгапур, Барселона (Іспанія)	Використання цифрових платформ для туристичними потоками, сервісами, навігацією у місті
Цифрові візи та біометрія	Австралія, ОАЕ	Впровадження електронних віз та біометричних даних для пришвидшення паспортного контролю
Інтернет речей (IoT)	США, Японія	Розумні кімнати у готелях, голосове та сенсорне управління енергозбереження
Big Data	Іспанія, Сінгапур	Аналітика, використання даних для покращення туристичних послуг
Цифровий маркетинг	Велика Британія, Австралія	Рекламні кампанії у соц мережах, таргетинг, колаборації, тощо

Складено автором за матеріалами: [55; 47; 48; 50; 51; 54]

Ще одним прикладом може бути Каталонський національний музей мистецтва, який почав активно застосовувати AR для кращої навігації заплутаними коридорами та інтерактивного ознайомлення з експонатами. Це робить культурну спадщину доступнішою для широкої аудиторії, включаючи людей з обмеженими можливостями або тих, хто не може фізично відвідати визначне місце. Яскравим прикладом діджиталізації в туризмі є перший

віртуальний тематичний парк Tallaween в Ірландії, що поєднує AR-гру, лазерне шоу та живі виступи.

Смарт-технології активно впроваджуються в розумних містах, таких як Сінгапур і Барселона, де мобільні додатки та інформаційні панелі надають туристам актуальні дані про транспорт, заходи та визначні місця. У Сінгапурі цифрова платформа VisitSingapore об'єднує послуги бронювання, рекомендації маршрутів і туристичні сервіси, що підвищує зручність та безпеку відвідувачів. Барселона ж інтегрує технології для управління потоками туристів, щоб мінімізувати перевантаженість популярних локацій. Туристичні продукти, як Lonely Planet’s AR City Guides або FlippAR Go допомагають усім охочим досліджувати культурну спадщину міст в форматі доповненої реальності, використовуючи візуальні, аудіальні та навігаційні дані [55].

Крім того, багато країн запроваджують електронні візи для спрощення процесу отримання дозволу на в'їзд. Австралія успішно використовує систему eVisa, яка дозволяє подавати заявки онлайн та отримувати візу електронною поштою. В аеропортах Дубая застосовується система розпізнавання облич джерело для автоматизації паспортного контролю, що скорочує час проходження формальностей.

Аналізуючи закордонний досвід використання цифрових технологій слід виокремити Інтернет речей (IoT). Готелі та курорти все частіше впроваджують Інтернет речей (IoT) – мережа фізичних об'єктів, які мають вбудовані технології, що дозволяють здійснювати взаємодію з зовнішнім середовищем, передавати відомості про свій стан і приймати дані ззовні для персоналізації обслуговування гостей. Інтеграція технологій Інтернету речей (IoT) у сферу туризму та гостинності забезпечує низку суттєвих переваг.

По-перше, це сприяє створенню персоналізованого досвіду для гостей: «розумні» системи керування готельними номерами автоматично налаштовують освітлення, температуру та інші послуги відповідно до індивідуальних уподобань клієнта.

По-друге, завдяки IoT значно підвищується операційна ефективність – інтернет-підключені датчики можуть прогнозувати потребу в технічному обслуговуванні, що дозволяє мінімізувати час простою обладнання та уникати перебоїв у сервісі.

Крім того, технології IoT дозволяють оптимізувати споживання енергії: спеціальні датчики виявляють відсутність людей у приміщеннях і автоматично регулюють опалення, охолодження та освітлення, що сприяє зниженню витрат на електроенергію. Наприклад, у деяких готелях США використовуються голосові асистенти, які дозволяють керувати освітленням, температурою та мультимедійними системами в номерах.

У Японії частина обслуговування в готелі Henn na здійснюється роботами, що привертає увагу туристів і створює унікальний досвід перебування. У рамках проекту IoT Guestroom Lab, Marriott тестує "розумні" номери, де гості можуть керувати освітленням, температурою та іншими функціями за допомогою голосових команд або мобільних додатків. Мережа готелів Hilton впровадила цифрові ключі для безконтактного доступу до номерів через мобільні пристрої гостей, що підвищує зручність та безпеку перебування [47]. Готель YOTEL в Атланті використовує роботизованого помічника YO2D2, який вітає гостей та допомагає з доставкою послуг в номер, відтворенням музики та наданням інформації [48].

У сучасній туристичній індустрії великі дані та цифровий маркетинг набули широкого застосування. Одним із прикладів закордонного досвіду ефективного використання великих даних є Іспанія, зокрема місто Бенідорм, яке впровадило концепцію «розумного туристичного напрямку» (Smart Tourism Destination) [50]. Завдяки збору та аналізу даних у реальному часі, міська влада отримує змогу контролювати туристичні потоки, оптимізувати транспортну інфраструктуру та ефективно планувати заходи. Аналогічний підхід демонструє Сінгапур, де Туристична рада активно використовує дані, зібрані через камери спостереження, Wi-Fi-мережі та мобільні застосунки, для

створення персоналізованих туристичних послуг та покращення управління туристичним середовищем.

У сфері цифрового маркетингу яскравим прикладом є діяльність Національної туристичної організації Великої Британії VisitBritain, яка застосовує цільову рекламу в соціальних мережах, оптимізацію пошукових систем, відеоконтент і співпрацю з інфлюенсерами для залучення нових відвідувачів [54]. Водночас Tourism Australia успішно реалізувала глобальну маркетингову кампанію «Come Live our Philausophy», яка завдяки комплексному використанню цифрових каналів, зокрема YouTube, Google Ads і соціальних платформ, дозволила охопити широку аудиторію та підвищити туристичну привабливість країни [51].

Ці приклади засвідчують ефективність застосування цифрових інструментів у світовій туристичній практиці як засобу підвищення конкурентоспроможності та якості туристичних послуг.

Таким чином, аналіз закордонного досвіду демонструє, що цифровізація туристичної сфери сприяє розвитку галузі, підвищенню якості послуг та залученню нових туристів. Такі країни, як Іспанія, Сінгапур, Італія, Франція, Австралія, США, Японія, ОАЕ активно застосовують технології діджиталізації у своїй практиці. Загалом, використання інноваційних технологій у дозволяє країнам залучати більше мандрівників, зменшувати бюрократичні бар'єри та покращувати їхній досвід. Приклади інших країн свідчать про те, що діджиталізація є ключовим важливим фактором для розвитку туристичної галузі, що впливає на покращення економіки країни, якості надання туристичних послуг та досвіду туристів.

Цифрова трансформація у сфері подорожей та гостинності включає в себе інтеграцію технологічних удосконалень, які використовуються для оновлення та реформування операційної діяльності та залучення клієнтів туристичних компаній. Для України закордонний досвід може стати прикладом успішного впровадження цифрових рішень, які сприятимуть інтеграції у світовий туристичний ринок.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ В ХАРКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

2.1 Ресурсний потенціал Харківської області

Харківська область України є великим економічним і технологічним центром з великою промисловою спадщиною, науковим потенціалом і стратегічним розташуванням. Харківщина має вагомі передумови, щоб впроваджувати інструменти діджиталізації в туристичну галузь. Харківська область має різноманітний ландшафт, унікальну флору та фауну, історико-культурну спадщину, розвинуту мережу транспортного сполучення, людські ресурси та матеріальні. Інновації є наріжним каменем економічного розвитку, а Харківська область визнана лідером інноваційного потенціалу в Україні. Інноваційний розвиток регіону обумовлений його потужною науково-технічною базою, яка включає численні науково-дослідні установи, університети та промислові підприємства.

Сьогодні важко оцінити поточний стан розвитку туризму в Україні у порівнянні з іншими країнами через війну, яка спричинила практичне зупинення зовнішнього потоку туристів до країни. Ця ситуація призводить до стрімкої деградації туристичного бізнесу та буде потребувати значних інвестицій для відновлення. До початку військової агресії проти нашої держави Україна займала 78 місце із 140 країн за станом розвитку туристичної галузі та сегментів відпочинку [11]. Цей показник свідчить про рівень розвитку туризму, який є нижчим за середній, і це впливає на якість послуг у цій сфері. Таким чином, інноваційна діяльність туристичних підприємств українського туризму відповідає лише початковому етапу розвитку сфери у розвинених країнах. Основні цифрові технології, які можна віднести до сфери туризму в Україні, зазвичай включають цифрову рекламу, онлайн бронювання, окремі

випадки віртуальної та доповненої реальності, а також ініціативи для розумного міста [19].

Важливим потенціалом для туристичної діяльності є природні рекреаційні ресурси (природно-заповідний фонд, ліси, зелені зони міст та приміських територій, водні ресурси). Природно-заповідний фонд (ПЗФ) Харківської області має унікальні цінні природні територіальні комплекси, є складовою національної мережі ПЗФ України і включає 220 територій та об'єктів загальною площею 53 тисячі гектарів, що становить близько 2 % від загальної площі нашого регіону. ПЗФ має велике значення для пізнання, формування екологічного світогляду людей, бережливого ставлення до природи [27]. На ресурсний потенціал Харківської області значно вплинули військові дії. Природні екосистеми зазнали серйозної шкоди, включаючи втрату біорізноманіття, забруднення водних ресурсів та ґрунтів [23]. Якість питної води погіршилася через збільшення забруднення від військової діяльності, що впливає на здоров'я населення та екологічне благополуччя. Конфлікт призвів до деградації навколишнього середовища, економічних збоїв та проблем у управлінні ресурсами, які мають вирішальне значення для відновлення та розвитку регіону

Харківська область має значний історико-культурний потенціал. Загальна кількість пам'яток історії, археології, містобудування і архітектури, монументального мистецтва складає 2535 одиниць. 653 пам'ятки архітектури внесено до Державного реєстру національного культурного надбання. Станом на 2023 рік в Харківській області пошкоджено 36 пам’ яток. З а словами заступниці ХОВА Віти Ковальської серед 2 тисяч будинків культури 172 пошкоджено або повністю зруйновано. За словами міністра, найбільше постраждали клуби та бібліотеки. Поки що випадків про викрадення музейних експонатів на Харківщині не зафіксовано. Одна з найбільш відомих пам’яток культури, яка постраждала – це Національний літературно-меморіальний музей Григорія Сковороди у селі Сковородинівка. Також постраждали Будинок «Слово», Харківський художній музей, Харківська обласна адміністрація.

Найбільш доступним способом кількісного визначення інноваційного потенціалу регіону є його аналіз, як інформаційного масиву результатів інноваційної діяльності, що охоплює науковотехнологічну роботу та проектно-конструкторські розробки. Доступна інформація для дослідження інноваційного потенціалу розміщена в статистичних даних. Щоб дослідити інноваційний потенціал Харківської області враховуючи якісний рівень та кількісний вимір доцільно охарактеризувати наступні показники: наукові кадри, інноваційні підприємства, джерела фінансування інноваційної діяльності, об’єкти інтелектуальної власності, результати інноваційної активності [18]. Наукові кадри є рушійною силою інноваційного розвитку регіону і тому дослідження даного показника є першочерговим (табл 2.1). Основними причина негативної тенденції скорочення кількості працівників задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок є застарілі форми організації фундаментальних досліджень, матеріально не забезпечені робочі місця з незначними можливостями кар’єрного росту та визнання, загальна недооцінка суспільством ролі фундаментальних досліджень в економічному зростанні країни.

Таблиця 2.1

Динаміка кількості працівників задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок

Регіон	Роки					Відхилення	
	2016	2017	2018	2019	2020	2020+/- 2016	2020 у % до 2016
Україна	97912	94274	88128	79262	78860	-19052	80,5
Харківська область	16474	14851	14226	12550	11637	-4837	70,6
Питома вага Харківської області	16,8	15,8	16,1	15,8	14,8	-2,1	87,7

Джерело: [18]

Проте слід зазначити, що регіон стикається з такими проблемами, як недостатні інвестиційні ресурси, недорозвинена інноваційна інфраструктура та відсутність інноваційної активності [18]. Ці фактори перешкоджають повній

реалізації інноваційного потенціалу регіону, підкреслюючи необхідність цілеспрямованих заходів для стимулювання інновацій та створення сприятливого бізнес-середовища.

Цифрова інфраструктура в Харківській області є критичним чинником зусиль з цифровізації. Регіон досяг значних успіхів у розвитку своєї цифрової інфраструктури, зосередившись на інтеграції передових технологій, таких як геоінформаційні системи (ГІС) та бази даних для різних застосувань, включаючи розмінування та постконфліктну реконструкцію [17]. ІТ-сектор відіграє ключову роль у діджиталізації Харківської області. Регіон є домом для процвітаючої ІТ-індустрії, зі значною кількістю експорту ІТ-послуг та зростаючою кількістю технологічних стартапів (табл 2.2). Зростання ІТ-сектору обумовлено висококваліфікованою робочою силою регіону, з великим акцентом на освіту в галузі науки, техніки, інженерії та математики (STEM). Цифрова економіка регіону характеризується розвитком електронної комерції, FinTech та цифрових рішень для різних галузей промисловості, включаючи сільське господарство та виробництво.

Таблиця 2.2

Ключові показники ІТ-сектору Харківської області

Показник	2020	2021	2022	2023
Кількість ІТ-компаній	350+	380+	400+	420+
Кількість працівників	30000	32500	35000	36000
Обсяг експорту ІТ-послуг (млн дол.)	520	580	610	635
Частка в національному ринку ІТ-ринку	14,2%	14,8%	15,3%	15,6%

Складено автором за матеріалами: [49]

Незважаючи на значний ресурсний потенціал для цифровізації, Харківська область стикається з низкою проблем. Цифровий розрив між міськими та сільськими районами залишається значною проблемою, оскільки проникнення Інтернету в сільській місцевості відстає від міських районів.

Крім того, цифровій трансформації регіону перешкоджають ризики кібербезпеки, прогалини в цифрових навичках та потреба в подальших інвестиціях у цифрову інфраструктуру.

Діджиталізація туристичних маршрутів – це процес впровадження технологій інформаційно-комунікаційної сфери для поліпшення та розвитку туристичного напрямку в країні, яка включає використання цифрових інструментів, таких як мобільні додатки, веб-сайти, інтерактивні карти, віртуальні тури, QR-коди тощо, для зручності та залучення туристів. Один із таких прикладів діджиталізації туристичних маршрутів в Україні – це проект «Discover Ukraine» («Відкрий Україну»), який реалізували у співпраці з Міністерством культури України та рядом місцевих організацій [46]. Цей проект орієнтований на створення інтерактивних мобільних додатків та веб-платформи для просування та розширення туристичного потенціалу нашої держави. «Discover Ukraine» надає можливість користувачам:

1) Інформацію про туристичні об'єкти: Додаток містить детальну інформацію про культурні пам'ятки, історичні місця, природні парки, музеї, археологічні об'єкти та інші цікаві місця для відвідування в Україні.

2) Інтерактивні карти та GPS-навігація: Користувачі можуть скористатися інтерактивними картами, які показують локації об'єктів та маршрути, а також використовувати GPS-навігацію для зручності подорожей.

3) Віртуальні тури та відеоматеріали: Додаток може включати віртуальні тури чи відеоматеріали, які дозволяють користувачам ознайомитися з місцями, не виходячи з дому, та зробити вибір щодо маршрутів.

4) QR-коди для додаткової інформації: Певні об'єкти мають QR-коди, які можна сканувати з мобільного додатка, щоб отримати додаткову інформацію про цей об'єкт.

5) Поради та рекомендації для подорожуючих: Додаток може також містити корисні поради та рекомендації щодо пересування, проживання, місцевої кухні та інших аспектів подорожей.

Цей проект є лише одним з численних прикладів діджиталізації туристичних маршрутів в Україні, що сприяє збільшенню доступності та зручності для туристів, які бажають досліджувати різноманітні туристичні можливості країни.

Для кращого розуміння та оцінки ресурсного потенціалу буде доцільно виконати SWOT-аналіз (табл. 2.3). Це дозволить визначити загрози, можливості, слабкі та сильні сторони.

Таблиця 2.3

SWOT-аналіз ресурсного потенціалу України

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
- Наявність природних та історико-культурних ресурсів для розвитку діджиталізції у туризмі - Наявність розвиненої ІТ-індустрії та професійних кадрів - Популяризація цифрових інструментів серед туристів	- Малорозвинена технологічна інфраструктура в деяких регіонів України, що ускладнює впровадження інструментів діджиталізації - Відсутність ефективної взаємодії між туристичними установами та органами влади - Невеликий рівень обізнаності туристичних компаній та операторів щодо переваг діджиталізації
Загрози (Opportunities)	Можливості (Threats)
- Можливі проблеми, пов’язані з кібербезпекою та конфіденційністю даних при використанні цифрових платформ - Можливі проблеми у віддалених регіонах з впровадженням цифровізації - Міжнародна конкуренція, яка спричинена впровадженням цифрових технологій іншими країнами в туристичній галузі	- Збільшення популярності цифрових сервісів, віртуальних подорожей під час пандемії COVID-19 та після неї - Збільшення кількості користувачів мобільних користувачів, що дозволяє розвивати мобільні застосунки та цифрові платформи - Наявність потенціалу для створення інноваційних технологій з метою популяризації туризму

Джерело: [19]

Харків це друге за розмірами місто в Україні та важливий культурний, економічний, історичний центр. У місті багато парків, музеїв, театрів, історичних пам’яток та різних розважальних закладів. Також важливо зазначити, що Харків це великий промисловий центр України.

Основу виробничого потенціалу складають підприємства високотехнологічний галузей, а саме енергомашинобудування, електротехнічної промисловості, транспортного та сільськогосподарського

машинобудування, приладобудування, радіоелектроніки та авіакосмічної промисловості. Таким чином, виходячи зі знань про різноманітні ресурси Харкова та Харківської області, можна запропонувати наступні можливості використання потенціалу цього регіону із залученням інструментів цифровізації, які представлено у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Можливості використання ресурсного потенціалу Харківської області

Напрям використання	Цифрові інструменти	Результат впровадження
Культурно-історичний туризм	- Мобільні додатки з інформацією про історичні місця, архітектуру та культурні об'єкти - Впровадження QR-кодів на пам'ятках та вулицях міст	- Самостійні тури без гіда - Підвищення зацікавленості до місцевої історії та культури - Покращення туристичної навігації
Музеї та галереї	- Аудіогіди в мобільних застосунках - QR-коди біля експонатів	- Поглиблення взаємодії з експозиціями - Зручність для туристів, які не користуються послугами екскурсовода
Промисловий туризм	- Програми екскурсій та заводах та підприємствах - Віртуальні тури по виробничим об'єктам	- Нові туристичні марштрути - Популяризація індустріальної спадщини
Діловий туризм (MICE)	- Мобільні додатки для конференцій, виставок, форумів	- Покращення навігації та інформування учасників - Зручність планування заходів
Сільський туризм	- Онлайн-каталог садиб та агротуристичних господарств - Віртуальні тури фермерськими господарствами - Мобільні сервіси бронювання відпочинку в селі	- Популяризація відпочинку на природі - Підвищення доступності агротуризму - Залучення туристів до сільських територій
Гастрономічний туризм	- Інтерактивні карти локальних гастромаршрутів - Додатки з інформацією про місцеві ресторани, фестивалі, дегустації - Онлайн-бронювання місць для гастрономічних подій	- Просування місцевої кухні - Збільшення туристичних витрат у регіоні - Формування гастрономічного бренду
Промоція регіону	- Віртуальні екскурсії містом - Цифровий маркетинг	- Формування позитивного іміджу Харкова як туристичного центру - Залучення туристів на відстані

Складено автором за матеріалами: [19; 27]

Харківська область є стратегічно важливим регіоном України, що поєднує потужний науково-технічний потенціал, розвинену промисловість, багаті

природні та історико-культурні ресурси. Незважаючи на воєнні дії, регіон має значний ресурсний потенціал та інноваційний потенціал ля відновлення й подальшого розвитку, зокрема у сфері туризмі. Діджиталізація туристичної галузі Харківщини є ключовим напрямом, що дозволить не лише зберегти наявні надбання, але й розкрити нові можливості для сталого розвитку.

Сучасні виклики, серед яких – руйнування інфраструктури, деградація природного середовища, втрата кадрів та зниження туристичних потоків- вимагають впровадження інноваційних рішень для перезапуску туристичної сфери. Цифровізація туристичних маршрутів, створення мобільних застосунків, впровадження віртуальних турів, використання геоінформаційних систем (ГІС) – це не лише світові тренди, але й необхідність для забезпечення доступності, безпеки та привабливості туристичних послуг.

Регіон має низку беззаперечних переваг, які формують його конкурентоспроможність у сфері туризму. Зокрема, природно-заповідний фонд Харківської області включає понад 200 об’єктів загальною площею 53 тис. га, що формує базу для розвитку екологічного, сільського, аграрного та рекреаційного туризму. Історико-культурна спадщина охоплює понад 2500 пам’яток, значна частина яких може бути інтегрована в туристичні маршрути з використанням цифрових технологій. Навіть попри пошкодження окремих об’єктів під час воєнних дій, зберігається високий інтерес до них серед як українських, так і потенційних іноземних туристів.

Важливим вектором розвитку є промисловий туризм, який базується на унікальній індустріальній спадщині Харкова – одного з найбільших промислових центрів України. Завдяки сучасним технологіям можливе створення інтерактивних віртуальних турів на підприємствах, що підвищить пізнавальну та інвестиційну привабливість регіону. Подібні інструменти також доцільно застосовувати в освітньому туризмі, враховуючи велику кількість ВНЗ, наукових інститутів і технопарків.

Сільський туризм, зокрема агротуризм, є ще одним перспективним напрямом. Онлайн-каталоги агросадиб, платформи для бронювання, відеотури

фермерськими господарствами- усе це значно підвищує рівень доступності та зацікавлення серед туристів, орієнтованих на спокійний відпочинок, екологічність та локальний досвід. Гастрономічний туризм, у свою чергу, має потужний потенціал за рахунок місцевих продуктів, традиційної кухні, фестивалів і кулінарних подій. Цифрові інструменти, такі як мобільні застосунки для бронювання дегустацій, гастромапи, рейтинги ресторанів- уже стали стандартом туристичного сервісу в розвинених країнах і можуть бути ефективно адаптовані на Харківщині.

ІТ-сектор Харківської області, незважаючи на загальні економічні виклики, зберігає динаміку зростання. Збільшення кількості ІТ-компаній та експортного потенціалу цифрових послуг відкриває можливості для інтеграції діджитал-розробок у сферу туризму. Саме цей сектор може виступити рушієм створення цифрових платформ, мобільних застосунків, систем бронювання, віртуальної та доповненої реальності для туристичних продуктів.

Втім, регіон стикається і з рядом проблем: цифровий розрив між містом і селом, недостатня цифрова грамотність населення, загрози кібербезпеки, слабка інтеграція між органами влади, бізнесом та туристичними операторами. Важливими завданнями найближчого часу є розвитку цифрової інфраструктури в сільських громадах, підтримка навчання цифровим навичкам серед працівників туристичної галузі, стимулювання державно-приватного партнерства у створенні цифрових туристичних сервісів.

Реалізація проектів типу «Discover Ukraine», інтеграція QR-кодів, розвиток туристичних платформ для планування маршрутів- усе це формує нову модель споживання туристичних послуг, орієнтовану на самостійність, інтерактивність і доступність. Цифрова трансформація дає змогу зробити туризм безпечним, більш екологічним, персоналізованим. Саме тому стратегія цифровізації туризму Харківщини має передбачити комплексний підхід- від аналізу ресурсів до впровадження інноваційних рішень, маркетингової підтримки та розвитку кадрового потенціалу.

Таким чином, можна зробити висновок, що Харківська область має всі ресурси для перетворення на інноваційно-туристичний регіон. Поєднання багатої культурної спадщини, природних ресурсів, високотехнологічного потенціалу та стратегічного бачення цифрового розвитку дозволить створити сучасну, конкурентоспроможну туристичну інфраструктуру. В умовах повоєнного відновлення саме діджиталізація може стати основою для ефективної модернізації туристичної галузі, залучення інвестицій, підвищення якості послуг та сталого розвитку Харківщини як туристичного регіону України.

2.2 Аналіз використання інструментів діджиталізації в туристичному бізнесі

У сучасних умовах цифрова трансформація стала ключовим фактором розвитку туристичної індустрії. Застосування інструментів діджиталізації дозволяє підвищити ефективність бізнес-процесів, покращити клієнтський досвід та адаптуватися до динамічних змін на ринку.

Загальні експортні надходження від міжнародного туризму у 2024 р. оцінюються у 1,9 трлн дол, що приблизно на 3% більше, ніж до пандемії, і на 4% більше, ніж у 2019 р. Згідно експертних прогнозів очікується, що міжнародні туристичні прибуття зростуть на 3-5% у 2025 р. порівняно з 2024 р. Крім того, важливо зазначити, що близько 64% експертів Групи експертів ООН з туризму вказують на «кращі» або «набагато кращі» перспективи на 2025 р. порівняно з 2024 р. [57].

Сьогодні використання інноваційних технологій, особливо засобів діджиталізації, значним чином змінило форми та методи ведення бізнесу, зокрема це стосується сфери міжнародного туризму та індустрії гостинності. Необхідність співпраці суб'єктів туристичної та готельно-ресторанної галузі, а саме туроператорів, турагенцій, постачальників послуг та туристів, як

безпосередніх споживачів туристичного продукту та послуг відпочинку, призвела до впровадження ІТ-технологій у туристичний сектор.

Можливості у галузі туризму та гостинності, що забезпечуються засобами діджиталізації, охоплюють два основні аспекти: можливості з погляду споживача та можливості з погляду виробника чи надавача туристичних послуг. З погляду споживача можливості включають в себе: можливість витрачати менше зусиль на пошук туристичного продукту, отримання консультаційних послуг (в онлайн форматі), можливість оцінити складові туру та прийняти рішення про його купівлю, а також мінімізувати витрати при використанні туристичних послуг; з погляду виробника чи надавача туристичних послуг – підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Цифрова трансформація впливає як на внутрішні операції, так і на механізми створення цінності для туристів. Діджиталізація відкриває перед туристичними підприємствами нові можливості для виходу на міжнародний ринок, розроблення нових туристичних продуктів і послуг, впровадження нових бізнес-моделей і процесів, покращення своїх позицій у глобальних виробничо-збутових ланцюжках туризму та сфери гостинності, інтеграції в цифрові системи тощо.

У сучасному туристичному бізнесі інформація та її своєчасна передача стали визначальними у всіх аспектах туристичної діяльності. Сучасні інформаційні технології відіграють важливу роль у розвитку галузі, сприяючи її економічному зростанню. Цифровізація різних аспектів туристичної діяльності, таких, як Інтернет, мобільні пристрої та різноманітні додатки, є ключовим чинником розвитку туристичної галузі, що робить подорожі більш доступними, зручними та захопливими для мандрівників. Ці зміни дозволяють швидко знаходити та бронювати готелі, квитки на транспорт, екскурсії та інші додаткові послуги, тобто сприяють доступності та індивідуалізації туристичних послуг.

Дотепер світова економіка все швидше переходить до використання онлайн платформ різного типу, а віртуальне спілкування займає все більше місця в повсякденному світі. Діджиталізація безпосередньо вплинула на маркетингову діяльність туристичних підприємств [9, с. 128]. Це дало поштовх стрімкому поширенню цифрового маркетингу, який будує свій бізнес як в онлайн-, так і в офлайн-режимі, та прагне залучити й утримати клієнтів із реальних і віртуальних середовищ і перетворити їх на реальних клієнтів, які приносять реальний дохід. Виникненню елементів інноваційного менеджменту сприяло глибоке розуміння необхідності виокремлення менеджменту як окремого, суттєвого інтегрального фактора, що впливає на очікувані результати діяльності суб'єктів господарювання, без якого неможливе проєктування та впровадження ефективних технологій розвитку підприємства [12, с. 6].

Туристичні агентства в Харкові використовують широкий спектр цифрових інструментів для покращення своєї діяльності та взаємодії з клієнтами. Під час аналізу агенств туристичного сектору та інструментів діджиталізації було виявлено, що до найбільш поширених відносяться:

- Чат-боти: використання цього інструменту дозволяє автоматизувати комунікацію з клієнтами та миттєво надавати зворотній зв'язкок, що поращує роботу агенств у галузі туризму та спрощує отримання послуг користувачами.

- Мобільні додатки: мобільні додатки є корисним та ефективним інструментом, особливо для користувача туристичним послуг. За дослідженням 78,7% іноземних туристів використовують їх для таких цілей як планування подорожей, організація та отримання інформації [29].

- Віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR): ці технології сприяють віртуальному ознайомленню з туристичними дестинаціями під час підготовки до подорожі. Також впровадження VR та AR-технологій дозволяють отримати додаткову інформації про об'єкти, надають можливість досліджувати музеї та інші пам'ятки віддалено, або використовуються як доповнення до екскурсій, турів.

- Соціальні медіа: наразі використання цього інструменту є необхідністю та має важливу роль у сучасній галузі туризмі. Такі соціальні платформи, як Instagram та Facebook є ключовими для просування туристичних продуктів та взаємодії з клієнтами. Більш детально цей інструмент буде проаналізовано нижче.

Головним джерелом інформації про туристичні об’єкти України за даними ДАРТ є соціальні мережі (50%). Згідно з дослідженнім, 40% українців отримують поради від друзів та родичів щодо відомостей про бажані місця відвідування, а 33 % опитаних знаходять інформацію в інтернеті. Значно менший відсоток респондентів спираються на телебачення, ТІЦ, історичні моменти, блогерів, друковане видання та ін. (рис 2.3).

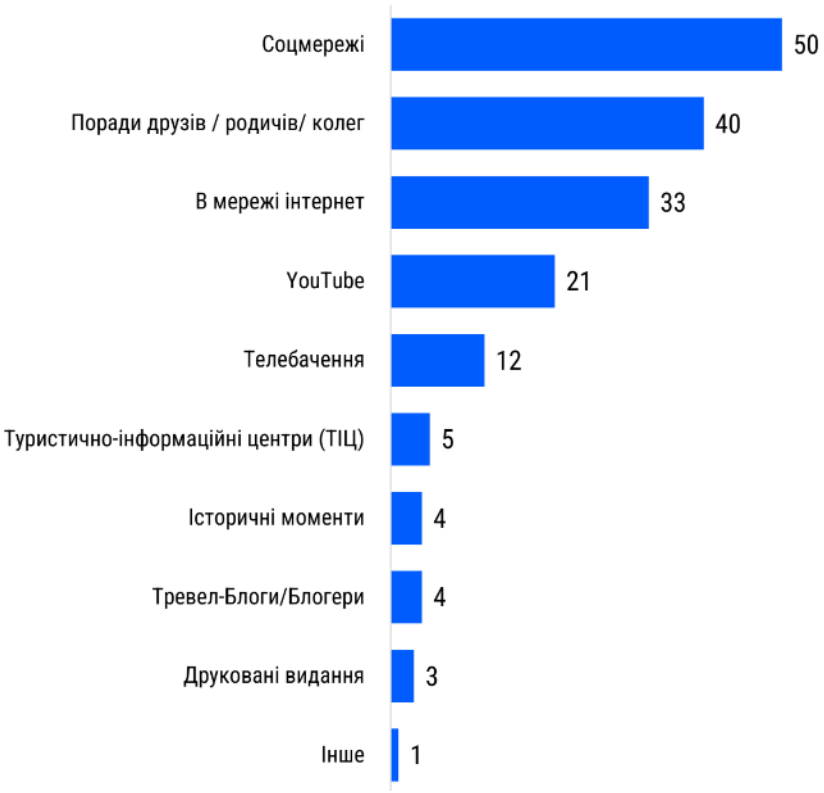


Рис. 2. 3 Відсоткове співвідношення опитаних про джерела отримання інформації щодо туристичних об’єктів за даними дослідження ДАРТ [37].

Соціальні мережі такі як Instagram, TikTok, Telegram, Viber, Facebook є ефективними інструментами комунікації між туристичними організаціями та клієнтами. Згідно з дослідженнями Асоціації УАТА серед менеджменту туристичних агенцій України, деякі організації ще не використовують

соціальні мережі належним чином для спілкування зі своїми клієнтами. Однак деякі туроператори активно інтегрують соціальні медіа для просування свого туристичного продукту, національного туризму, долучення до волонтерських ініціатив та формуванню позитивного іміджу країни. Такі оператори, як Феєрія Мандрів та Join UP, ведуть активну діяльність у соціальних мережах, комунікують з аудиторією та розвивають внутрішній туризм в Україні.

Соціальні мережі відіграють важливу роль у просуванні та впливі туризму. Наочний приклад відображено у табл 2.5, яка відображає рівень залученності туристичних агенств у соціальні мережі. Найвищі показники серед проаналізованих турфірм мають такі компанії, як «Поїхали з нами» (87,3 тис. у Instagram) та «Join Up» (8132 тис. у TikTok та 6176 тис. у Telegram) (на момент квітня 2025), що свідчить про їх активну цифрову стратегію. Соціальні мережі є потужним інструментом комунікації, який допомагає поширювати інформацію про культурну спадщину, привабливість туристичних напрямків та потенціал країни.

Загалом, соціальні мережі в туристичній галузі можна використовувати як ефективний інструмент просування туристичного продукту та комунікації зі своїми клієнтами. Використання соціальних мереж дозволяє зберегти і збільшити клієнтську базу в туристичному бізнесі, розширити свою присутність на туристичному ринку і досягти успіху в галузі.

В туристичній індустрії України, включаючи Харків, можна побачити значне зростання впровадження цифрових технологій. Дослідження, проведене у 2020 –2021 роках серед туроператорів та готелів великих міст України, включаючи Харків, виявило динамічне зростання використання цифрових технологій із середньорічним темпом зростання 72,2% [29]. Це зростання обумовлено необхідністю адаптуватися до зміни поведінки споживачів та зростаючим попитом на цифрові послуги.

Таблиця 2.5

Присутність туристичних агентств у популярних соціальних мережах

Назва турфірми	Instagram	Інші соцмережі (TikTok, Youtube тощо)	Месенджери (Telegram, Viber)
Anex tour	23,5 т. підписників	Tik Tok 137 підписників	Telegram 195 підписників
Феєрія мандрів	21,3 т. підписників	TikTok 36 підписників	-
Join UP	56,5 т. підписників	Tik Tok 8132т. підписників	Telegram 6176т. підписників
Відпочинок на всі 100%	20,3 т. підписників	TikTok 660 підписників	-
Kototravel	19,9 т. підписників	Tik Tok 228 підписників	Telegram 204 підписників
Пілігрім	1387 т. підписників	Tik Tok 129 підписників, facebook 8,6 т. підписників	Viber 1391 т. підписників, telegram 539 підписників
Поїхали з нами	87,3 т. підписників	TikTok 154 підписника	Viber 18,3 т. підписників, telegram 5765 т. підписників

Складено автором

Цифрова трансформація туристичної галузі має низку переваг. Серед переваг можна виділити наступні: впровадження персоналізованих сервісів, оперативне надання інформації, можливість адаптації послуг до індивідуальних запитів споживачів. Отже, як наслідок впровадження цифрових технологій у туристичну галузь, спираючь на ці переваги, є підвищення якості обслуговування. Наступною перевагою є оптимізація операційних процесів, що включає автоматизацію бронювання, обробку платежів та покращення комунікації з клієнтами та сприяє зниженню витрат і підвищенню швидкості обслуговування. Також слід зазначити, що агентства, які впроваджують цифровізацію, мають кращі позиції на конкурентному ринку туристичних послуг, залучаючи ширшу аудиторію. Проте, слід зауважити, що існує багато проблем та викликів, пов’язаних з діджиталізацією індустрії туризму. У додатку В детально розглянуто проблеми діджиталізації та шляхи їх вирішення. Узагальнюючи інформацію щодо проблем діджиталізації, можна

стверджувати, що основними проблемами та викликами є безпека даних, конфіденційність, «цифрова нерівність», недостатня цифрова грамотність, залежність від онлайн-оглядів, надмірний туризм та зміна очікувань клієнтів. Для того, щоб ефективно реагувати та вирішути ці виклики потрібен комплексний підхід, зокрема: розбудова безпечної ІТ-інфраструктури, впровадження нормативних регуляцій у сфері даних, розвиток цифрової інклюзії, баланс між технологіями та людським фактором, а також використання Big Data для управління туристичними потоками.

Діджиталізація у сфері туризму та індустрії гостинності базується на застосуванні сучасних інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). Метою використання ІКТ є покращення процесів розробки та надання послуг. Сучасні тенденції, пов’язані з впровадження діджиталізації, свідчать про зростаючу інтеграцію цифрових технологій, зокрема технології віртуальної реальності, інструментів онлайн-бронювання та планування, персоналізовані рекомендації щодо подорожей за допомогою штучного інтелекту, використання соціальних мереж для пошуку відгуків туристів тощо. Тому, наразі, маючи достатньо інформації та знань, можна зробити висновок, що ІКТ пов’язані з плануванням поїздок, бронюванням номерів в готелях, переміщенням та проживанням туристів, а також взаємодією із суб'єктами туристичної та готельно-ресторанної галузі.

Аналіз використання інструментів діджиталізації у туристичному бізнесі демонструє стрімке впровадження цифрових технологій у всі аспекти діяльності галузі, що є важливою складовою адаптації до сучасних вимог туристичного ринку та змін поведінки споживачів туристичних послуг. Сьогодні діджиталізація не лише спрощує процес взаємодії між туристичними компаніями та клієнтами, а й формує нові стандарти якості обслуговування, персоналізації послуг та оперативності реагування на запити споживачів.

Важливу роль у процесі взаємодії туристичних компаній та клієнтів відіграють соціальні мережі, які стали головним джерелом інформації про туристичні об’єкти України. Такі платформи як Instagram, TikTok, Telegram,

Viber та Facebook не лише виконують інформаційно-рекламну функцію, але й стають інструментом прямої комунікації між туристичними агентствами та аудиторією. Провідні українські туроператори, зокрема «Join Up», «Феєрія мандрів», «Поїхали з нами», активно інтегрують соцмережі у свої бізнес-стратегії, що дозволяє їм ефективно просувати продукти, формувати лояльність клієнтів і розвивати внутрішній туризм.

Цифрова трансформація дає змогу автоматизувати багато процесів у туристичному бізнесі. Такі інстурменти, як-от чат-боти, мобільні додатки, віртуальна та доповнена реальність сприяють розширенню каналів обслуговування туристів. Наприклад, чат-боти дозволяють оперативно вирішувати типові завдання, мобільні додатки- планувати подорожі, а VR/AR-технології- знайомити туристів з дестинаціями ще до фактичного відвідування. За результатами досліджень, понад 78% іноземних туристів вже користуються цифровими додатками для планування поїздок, що свідчить про високий рівень адаптації туристчиної індустрії до сучасних реалій. Крім того, як вже було зазначено у Розділі 1, звіт TrekkSoft за 2020 рік засвідчив, що 82% бронювань подорожей було зроблено саме через Інтернет [53].

У контексті регіонального розвитку, зокрема у Харківській області, простежується позитивна динаміка впровадження цифрових інструментів серед туроператорів та готелів. Середньорічне зростання цифрових рішень у 2020-2021 роках сягало понад 70%, що вказує на готовність регіонального туристичного бізнесу до цифрової модернізації. Це сприяє створенню нових сучасних можливостей для оптимізації діяльності підприємств, формуванню конкурентоспроможних туристичних продуктів та розширенню потенціалу підприємств. Харківська область демонструє високі результати у впровадженні інновацій та цифрових рішень, посідаючи лідируючі позиції серед регіонів України у реалізації Стратегії цифрового розвитку інновацій WINWIN. Саме це було зауважено під час національного форуму «CDTO Annual Forum: Building the Government of Tomorrow» [45] за участі заступника начальника Харківської ОВА з питань цифрового розвитку, цифрових

трансформацій і цифровізації Андрія Дорожко. Форум організований Міністерством цифрової трансформації України спільно з програмою міжнародної технічної допомоги EGAP, що реалізується за підтримки Швейцарії. Також на Форумі було сказано, що наш регіон став лідером за якістю та повнотою заповнення індивідуальних дашбордів для верифікації даних Мінцифри – щодо наявності фіксованого Інтернету в населених пунктах, доступності мобільного зв'язку, кількості жителів, домогосподарств та соціальних закладів. Окрему увагу на Форумі приділили питанням розвитку цифрових інновацій, зокрема розширенню повноважень CDTO (Chief Digital Transformation Officer) у цьому напрямі. Учасники ознайомилися з можливостями для регіонів, які відкривають проєкти «Дія.Освіта» та CDTO Campus, підтримкою підприємців через платформу «Дія.Бізнес», а також впровадженням нової освітньої платформи «Мрія».

Інноваційний розвиток неможливий без якісної аналітики та використання Big Data (великих даних). Використання Bid Data у туристичній галузі дозволяє аналізувати поведінку клієнтів, визначати популярні маршрути та прогнозувати попит на туристичні послуги. Харківська область, завдяки своїм природним і культурно-історичним ресурсам, має значний потенціал для збору та аналізу даних. Наприклад, використання Google Analytics для відстеження відвідуваності сайтів туристичних підприємств та туристичних платформ дозволяє отримати точну інформацію про цільову аудиторію. Водночас інструменти Power BI (бізнес-аналітичний інструмент, розроблений компанією Microsoft, який дозволяє користувачам консолідувати, візуалізувати та аналізувати дані з різних джерел у реальному часі. Система заснована на хмарних технологіях, що надає можливості для створення звітів, графіків, інтерактивних панелей та інших інструментів для зручного вивчення та розуміння даних) та Tableau (система інтерактивної аналітики, що дозволяє робити детальний аналіз даних) допомагають візуалізувати дані й робити прогнози для розвитку туристичних продуктів.

Якість обслуговування та надання послуг є ключовим елементом для інноваційного розвитку туристичних підприємств. Використання мобільних додатків для бронювання готелей, онлайн-консультацій, пошуку закладів харчування, туристичних об’єктів та атракцій, карт місцевості значно спрощує планування подорожі. Важливим рішенням є впровадження чат-ботів та віртуальних помічників, які надають туристам інформацію у реальному часі. Наразі відсутня єдина туристична платформа, яка б об’єднала всі послуги для користування туристами. Також важливо розвивати цифрові платформи зворотного зв’язку, де туристи можуть залишати відгуки та пропозиції. За статистикою, 86% клієнтів обирають туристичні компанії з високими оцінками та відгуками в інтернеті. Впровадження таких сервісів допоможе покращувати туристичний продукт та дозволить спрощувати процес отримання зворотнього зв’язку. Також важливо зазначити, що такі платформи підвищать довіру користувачів до туристичного продукту та послуг. Впровадження електронних квитків та системи онлайн-оплати зменшить бюрократичні процедури та підвищить швидкість обслуговування клієнтів. Використання багатомовного контенту на веб-сайтах дозволить поширювати туристичний продукт серед більшої кількості людей та залучати іноземних туристів [33].

Отже, діджиталізація туристичного бізнесу – це не тільки сучасна тенденція, а необхідність сьогодення, що допомагає учасникам туристичного ринку бути конкурентоспроможними. Цифровізація має низку переваг, проте наразі існує багато викликів, які потребують вирішення та вдосконалення. Застосування ІКТ у процесі формування туристичного продукту (туру) дає змогу краще спланувати подорож, зробити її більш персоналізованою, сприяє покращенню вражень туриста від подорожі, дає змогу ширшого охоплення цільової аудиторії тощо. Ефективне використання цифрових інструментів таких, як чат-боти, мобільні додатки, соціальні медіа, Bid Data, VR та AR-технології дозволяють підприємствам галузі туризму та гостинності вдосконалювати сервіси, адаптуватися до нових умов, підвищувати рівень задоволеності клієнтів та забезпечувати сталий розвиток галузі. Проте,

важливо зауважити, що для використання усіх можливостей діджиталізації, необхідно враховувати технологічні, організаційні та соціальні аспекти її впровадження. Щоб досягти найбільшої ефективності від використання цифрових інструментів, інновації повинні відповідати реальним потребам ринку та споживачів.

2.3. Рекомендації щодо ефективного впровадження інструментів діджиталізації для повоєнного відновлення туризму в регіоні

У 2019 році світ зіштовхнувся з пандемією Covid-19, яка вплинула на багато галузей, особливо галузь туризму та гостинності. Закриті кордони та локдауни значно вплинули на розвиток міст. Більше ніж 15% закладів харчування, 8% готелей, 10% санаторіїв, 20% турагенств були вимушені зупинити свою діяльність. Після послаблення карантинних обмежень пандемії Covid-19 туристичні потоки в Україні почали відновлюватись та розвиватись, що дало поштовх для розвитку внутрішнього туризму. Проте, з 24 лютого 2022 року почалось російське агресивне військове вторгнення на територію України, яке принесло жорстокі наслідки людських втрат, збитки для інфраструктури та всіх секторів економіки. Ця війна спричинила масову міграцію населення України, як усередині країни, так і за кордон, на жаль не з туристичною метою. Найбільше постраждали східний, південний і частково північний регіони України. Війна зупинила туристичні потоки, порушила енергетичні, фінансові та продовольчі ринки, призвела до інфляції. Дивлячись на такі проблеми, питання відновлення туристичних потоків у післявоєнний період, є надзвичайно актуальними в умовах сучасності.

Поточний стан розвитку туризму в Україні наразі вкрай важко оцінити у порівнянні з іншими країнами через війну, яка спричинила практичне зупинення зовнішнього потоку туристів до країни. Ця ситуація призводить до стрімкої деградації туристичного бізнесу та буде потребувати значних інвестицій для відновлення. До початку військової агресії проти нашої

держави Україна займала 78 місце із 140 країн за станом розвитку туристичної галузі та сегментів відпочинку. Цей показник свідчить про рівень розвитку туризму, який є нижчим за середній, і це впливає на якість послуг у цій сфері [19].

Відновлення туристичних потоків, особливо зовнішніх, і повернення до активної діяльності сфери туризму та гостинності є одним з пріоритетних напрямків економічного розвитку України. Наразі можна стверджувати, що втрати в туристичній галузі є суттєвими і туристичний потік зможе відновитись лише після завершення бойових дій на території України. Перш за все для відбудови країни та відновлення діяльності всіх галузей потрібна допомога міжнародних організацій і партнерів. Маючи міжнародну підтримку, країна буде мати можливість створити багато нових робочих місць, завдяки розбудові інфраструктурі та зробити Україну туристично-привабливою дестинацією. Вплив війни на туристичні потоки є всеохоплюючим та створює багато викликів. У післявоєнний період важливу роли для сфери туризму відіграватиме економічний стан країни, логістичні маршрути, політична ситуація та стратегія, а також налагоджені міжнародні відносини. Аналізуючи досвід інших країн, які успішно впоралися з післявоєнними викликами та відбудували туристичну індустрії та інші галузі, Україна могла б використовувати ці приклдаи як підгрунтя для розробки власної ефективної стратегії та розвитку туризму в країні [7].

Події 2022 року суттєво вплинули на туристичну індустрію, зокрема ця галузь значно постраждала в Харківській області, а цифровізація наразі є важливим інструментом для стратегічного відновлення. Для залучення туристів та відновлення іміджу регіону використовуються такі цифрові інструменти, як віртуальні тури, елементи гейміфікації, аналітика даних, автоматизація сервісів. У 2021 році Харків зайняв четверте місце у рейтингу «туристичні міста України». На думку багатьої експертів Харків мав багатий потенціал для конкуренції у сфері туризму. Наразі складно казати, який статус буде мати місто та регіон після закінчення війни, проте, враховуючи наявні

ресурси, ми можемо давати рекомендації щодо створення туристчного іміджу регіону та збільшення туристичних потоків.

Загалом, збільшення використання цифрових платформ та інструментів під час бронювання або організації подорожей сприяло зростанню фактичної кількості забронюваних ночей в Україні. У 2021 році 1 мільйон додаткових ночей в Україні було створено в результаті збільшення цифрових платформ та інструментів, що становить майже 4% приросту загального обсягу в 2021 році. Для Харківського регіону, як дуже постраждалого від бойових дій, це підтверджує, що активне використання цифрових платформ та інструментів, може сприяти відновленню галузі в області [19].

Наразі залучення спеціалістів різних галузей для створення майбутньої ефективної стратегії відбудови країни та відновлення галузей, особливо туризму, є важливим завданням та необхідністю сьогодення. Перед туристичною індустрією постають багато нових викликів, з якими раніше не доводилося стикатися. Для того щоб після війни відродити туристичні потоки в Харківський регіон, вже сьогодні слід створювати та просувати туристичний імідж області, що в свою чергу буде сприяти виникнення інтересу як до привабливої туристичної дестинації. Область має великий туристичний потенціал, різноманітні природні та історичні ресурси, тому розвиток туризму має бути одним з пріоритетних напрямків, що в свою чергу впливатиме на стабілізацію економіки. Як наслідок реалізації цієї мети, серед прогнозованих результатів можна виокремити наступні: збільшення кількості внутрішніх туристичних потоків, зростання інтересу іноземних туристів до регіону, підвищення рівня ВВП, особливо частки індустрії туризму в структурі ВВП, розвиток туристичної інфраструктури та створення сприятливих умов для подальшого розвитку інфраструктури для залучення туристів, збільшенню надходжень до всіх рівнів бюджету за рахунок здійснення туристичної діяльності, підвищення ефективності управління туризмом у регіоні, розвитку МСП у сфері туризму, залучення інновацій у туризм та створенню умов для розвитку ділового туризму, підвищення обізнаності потенційних туристів про

туристичні дестинації у регіоні та покращення іміджу в цілому, що також впливатиме на сприйняття України у світі [24].

Пріоритетними завданнями впровадження інноваційної бізнес-моделі повоєнного розвитку індустрії туризму задля забезпечення розвитку регіону з урахуванням цілей сталого розвитку та збереження природних ресурсів та довкілля, є: збільшення масштабів внутрішнього туризму шляхом розвитку послуг в межах України, створення нових робочих місць в туристичній та суміжних сферах, розбудова туристичної інфраструктури та створення сприятливих умов для збалансованого розвитку дестинацій, розвиток підприємств малого і середнього бізнесу у сфері туризму, впровадження інновацій, розвиток ділового туризму, підвищення обізнаності потенційних туристів про регіональні туристичні об’єкти, сприяння підвищенню туристичної привабливості в цілому, покращення іміджу України як туристичної держави на світовому рівні, підвищення рівня доступності туристичних послуг особам з обмеженими можливостями, що є надзвичайно важливо у рамках програм реінтеграції ветеранів, розвиток нових видів туризму, які базуються на глобальних та регіональних викликах нашого часу (а саме освітній туризм, військовий туризм, військово-історичний туризм, зброярський, мілітарі туризм, philantourism) [22].

Для повоєнного відновлення регіону підтримка держави усіх галузей та напрямків є надзвичайно важливою. Наразі можна зробити припущення, що велика частка державного бюджету після закінчення війни буде направлена на обороноздатність країни, тому міжнародна інвестиційна підтримка є дуже важливою у повоєнному туризмі. Державна підтримка має вирішальне значення для створення сприятливого середовища для цифровізації в туристичному секторі. Також необхідно впровадити цілеспрямовану політику для стимулювання розвитку цифрових технологій та вирішення існуючих проблем. Це включає інвестиції в цифрову інфраструктуру, регуляторну підтримку, просування цифрового маркетингу. Слід зазначити, що після завершення бойових дій, ми будемо мати можливість збільшити в’їзний

туристичний потік, що буде супроводжуватися грошовими надходженнями від витрат туристів. В першу чергу для туристичних потоків будуть актуальними маршрути, пов’язані з війною і знаковими післявоєнними локаціями, тому Харківська область має значний потенціал для розвитку нових видів туризму, пов’язаних з воєнними діями, а завдання працівників галузі туризму полягатиме у розробці нових напрямків подорожей. З метою забезпечення конкурентноспроможності туристичних агенств у повоєнний період, буде доцільно зосередити увагу на наступних стратегічних пріорітетах:

- Постійні інновації: агентства повинні йти в ногу з новими технологіями, такими як блокчейн, Інтернет речей та штучний інтелект, щоб підвищити якість обслуговування та операційну ефективність [28].

- Персоналізація: використання аналітики даних для надання персоналізованих подорожей буде важливим та пріоритетним для залучення та утримання клієнтів.

- Стійкість: інтеграція цифрових інструментів, що сприяють практикам сталого туризму, може залучити екологічно свідомих мандрівників та сприяти досягненню екологічних цілей регіону [28].

Цифровізація є одним із важливих інструментів та наріжним прикладом післявоєнного відновлення туристичної індустрії регіону. Цифровізація повоєнного туризму являє собою інноваційні рішення для вирішення проблем, спричинених війною, таких як руйнування інфраструктури, зменшення туристичних потоків та економічна нестабільність. Інтегруючи цифрові технології, туристичний сектор може підвищити операційну ефективність, підвищити задоволеність клієнтів та створити нові потоки доходу. Ключові стратегії відновлення повоєнного туризму в Харківській області наведено нижче у табл 2.6.

Таблиця 2.6

Ключові стратегії відновлення післявоєнного туризму в Харківській області

Стратегія	Характеристика
Застосування технологій AR/VR	Використання AR/VR для створення вражень для туристів
Інтеграція штучного інтелекту та великих даних	Використання штучного інтелекту та великих даних для персоналізації досвіду та аналізу ринкових тенденцій
Державна підтримка цифрової інфраструктури	Інвестиції в цифрову інфраструктуру для підтримки туристичного бізнесу
Кластерні підходи	Цільові втручання на основі регіональних потреб та рівнів збитків
Цифрові маркетингові кампанії	Використання соціальних медіа та цільової реклами для просування туристичних напрямків
Практики сталого туризму	Збалансування екологічних, економічних, соціальних міркувань у розвитку туризму

Складено автором за матеріалами: [28; 7; 24]

Віртуальний туризм є прикладом новітніх підходів застосування інформаційних технологій у туризмі сьогодення і майбутнього. Віртуальна екскурсія є однією з форм використання цифрових технологій, яка дає можливість побачити всю красу нашої країни та світу, також надати новий досвід, додаткову інформацію цікавим та креативним способом у будь-який час та з будь-якої точки світу.

На території України активатором розвитку віртуального туризму є компанія Google. З ініціативи та інформаційно-технічної підтримки компанії у партнерстві з Міністерством культури України 2017 року у рамках кампанії «Автентична Україна» розроблені віртуальні екскурсії, що доступні українською та англійською мовами, у семи музейних комплексів під відкритим небом: Запорізька Січ – заповідник «Хортиця» (м. Запоріжжя) і резиденція Богдана Хмельницького (м. Чигирин); «Національний музей народної архітектури та побуту України» (с. Пирогів), «Музей народної архітектури і побуту «Шевченківський гай»(м. Львів), «Музей народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини» (м. Переяслав Хмельницький), «Закарпатський музей народної архітектури та побуту» (м.

Ужгород), «Центр народознавства «Мамаєва Слобода» (м. Київ) [43]. Саме віртуальні екскурсії можуть відіграти важливу рекламну роль для потенційних туристів, які вже сьогодні можуть візуально знайомитися з мальовничими ландшафтами Харківської обалсті, пам’ятками культури, історії, архітектури тощо, формувати інтерес та бажання побачити все на власні очі, а також познайомитися з, на жаль, втраченими або частково зруйнованими туристичними об’єктами і місцями.

Сталий туризм є ключовим фактором у післявоєнному відновленні туристичної індустрії. Слід зазначити, що важливо збалансувати економічні, соціальні та екологічні міркувань для створення стійкого та сталого сектору туризму. Збереження існуючих природних та культурних пам'яток має важливе значення для підтримки туристичного потенціалу та залучення відвідувачів.

Ефективне впровадження інструментів діджиталізації має важливе значення для післявоєнного відновлення туристичної індустрії регіону. Використовуючи цифрові технології, туристичний сектор може підвищити операційну ефективність, покращити досвід клієнтів та створити нові можливості для зростання. Стратегічні рамки, державна підтримка та активна участь МСП та місцевих громад мають вирішальне значення для забезпечення успішної цифровізації туристичної індустрії. У міру перебудови України інтеграція цифрових інструментів не тільки підтримає відновлення туристичної галузі Харківської області, але й сприятиме більш широкому економічному та соціальному розвитку регіону та країни.

Використовуючи технології цифровізації турпродукту, в т.ч. через «Інтернет речей», наразі можна стверджувати, що це дає можливість краще реалізовувати послуги завдяки визначенню місця розташування, застосування штучного інтелекту, доповненої та віртуальної реальності, а також технології блокчейн, що дозволяє створити привабливішу пропозицію, розвитку нових напрямків за рахунок штучної активізації необхідних напрямків у первий період сезону. Сучасні технології дозволяють полегшити процес подорожей і зробити їх максимально безпечними. Отримання доступу до мінімально

необхідних даних, не порушуючи конфіденційні межі споживача, сприяють безперервному й точному вимірюванню, інтегруванню та аналізу даних для ефективного прийняття рішень, що дозволяє створити тіний зв’язок організатор-споживач і надати захоплюючий досвід для туристів, одночасно ефективно керуючи мінімальними ресурсами (рис. 2. 4). Діджиталізація бізнес-комунікації туристичного підприємства може бути впроваджена в якості онлайн-бронювань, безконтактних платіжних можливостях, оптимізації пошукових систем, SMM, веб-сайту, зручного для користування, віртуальної реальності та штучного інтелекту.

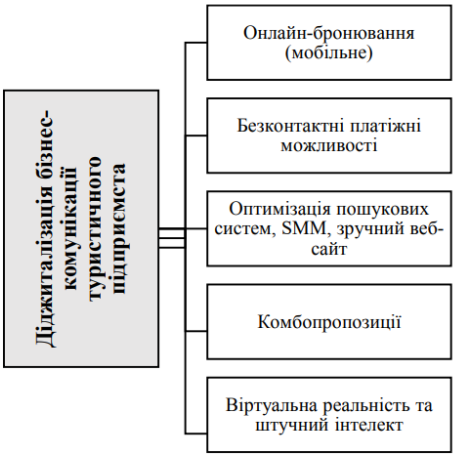


Рис.2. 4 Діджиталізація бізнес-комунікації туристичного підприємства [16]

Діджиталізація та цифрова трансформація є рушійними силами, які спричиняють зміни в корпоративному світі. Впровадження нових технологій, таких як аналіз великих даних, Інтернет речей, хмарні технології та 3D-друк, є основою цих змін. Аналогові дані перетворюються на цифрові дані. Нестримне зближення цифрового та фізичного світів спонукає підприємства інтегрувати Інтернет речей (IoT) і послуги у виробничі процеси, щоб створити вартість шляхом аналізу та управління великими даними, що може призвести до конкурентної переваги [36].

Впровадження цифрових технологій відкриває нові можливості для туристичних підприємств Харківського регіону, дозволяючи підвищити їхню конкурентоспроможність. Діджиталізація є важливим інструментом для

оптимізації внутрішніх управлінських процесів туристичних підприємств, оскільки дозволяє автоматизувати рутинні завдання та підвищити ефективність роботи працівників. Впровадження ERP-систем (Enterprise Resource Planning), таких як Bitrix24 або 1С: Підприємство, дає змогу об’єднати фінансові, логістичні, адміністративні та ін. процеси в єдиній цифровій платформі.

Цифрові платформи для онлайн-бронювання та продажу турів значно спрощують доступ до послуг і підвищують рівень задоволеності клієнтів. Наприклад, створення єдиного туристичного порталу Харківської області, де будуть зібрані всі ключові локації, маршрути та послуги, може стати важливим кроком у розвитку та відбудові регіону.

Використання CRM-систем дозволяє підприємствам ефективніше управляти базами клієнтів, аналізувати попит і прогнозувати майбутні тенденції на ринку, що допомагає створити привабливий туристичний продукт. Впровадження інструментів Big Data та аналітики даних допоможе відстежувати поведінку туристів, визначати найбільш популярні маршрути та локації. У табл. 2.7 наведені рекомендації щодо ефективного використання інструментів діджиталізації та способи їх впровадження.

Слід зазначити, що важливою частиною впровадження діджиталізації та розбудови інноваційної інфраструктури є створення інноваційних кластерів та хабів. Це буде сприяти об'єднанню підприємців, науковців, інвесторів та інших зацікавлених сторін. Такі кластери та хаби сприятимуть обміну знаннями, ресурсами та технологіями, що дозволить якісніше впроваджувати інновації та підвищувати конкурентоспроможність туристичної галузі.

Таблиця 2.7

Рекомендації щодо використання інструментів діджиталізації

Рекомендація	Способи впровадження
Формування єдиної цифрової екосистеми туристичного регіону	- Розробка регіонального туристичного порталу з інтеграцією актуальної інформації про безпеку, об'єкти туристичної інфраструктури, бронювання, події та транспорт.

	- Цифрова мапа регіону з маркуванням безпечних маршрутів, туристичних об'єктів, медичних закладів і транспортної інфраструктури. - Єдина CRM-система для об'єднання туристичних операторів, готелів, екскурсоводів, що дозволить ефективно управляти взаємодією з туристами
Підтримка цифрової присутності місцевих туристичних операторів	- Навчання та підтримка малого та середнього бізнесу в сфері SMM, створення контенту та роботи з OTA-платформами - Підтримка розвитку стартапів у сфері туризму для популяризації маловідомих локацій - Запуск грантових програм для впровадження інструментів діджиталізації
Розширення цифрового маркетингу та міжнародного просування	- Просування через блогерів та залучення інфлюенсерів - Участь у міжнародних туристичних виставах та платформах для презентації регіону
Посилення кібербезпеки та захисту даних	- Впровадження стандартів кібербезпеки - Навчання персоналу
Використання Big Data, AI та аналітики для стратегічного планування	- Впровадження штучного інтелекту - Аналіз туристичних потоків
Підвищення цифрової грамотності всіх учасників туристичного процесу	- Впровадження програм навчання та перекваліфікації працівників - Підготовка фахівців, партнерство з університетами - Проведення навчань щодо роботи з цифровими платформами
Інтеграція цифрових інструментів у сталий розвиток туризму	- Залучення цифрових рішень у моніторинг стану об’єктів спадщини - Онлайн-бронювання квитків, управління туристичним навантаженням

Складено автором за матеріалами [28; 16; 36]

Для ефективного впровадження повоєнного туризму, Україна має прикласти багато зусиль для підтримки діджиталізації та цифрового розвитку в країні. Такі дії дозволять залучити більше туристів, сприятимуть створенню нових робочих місць, розбудови інфраструктури та економічному піднесенню країни. Застосування віртуального туризму є важливим інструментом у сучасному туристичному бізнесі, який сприяє розвитку туристичних дестинацій та об’єктів показу, а також може створити позитивний імідж місця, а згодом і країни.

Незважаючи на прогнози щодо важкої післявоєнної ситуації з туризмом, він повинен бути важливою частиною стратегії економічного відновлення. Проте сьогодні це потребує багато зусиль, праці та вкладень. Зокрема, включення розвитку туризму до програм післявоєнної відбудови, ведення переговорів з міжнародними інвесторами щодо їх входження в Україну, підготовка масштабних маркетингових кампаній на зовнішні ринки, забезпечення безпеки іноземних туристів, розробка туристичних програм, відновлення туристичної інфраструктури, популяризація нестандартних форм туризму, відкриття туристичних офісів в інших країнах – це головні пріоритети повоєнного відновлення сфери туризму в Україні

Цифровізація виступає важливим інструментом відновлення туристичної сфери, оскільки допомагає у вирішення проблем з руйнуваннями туристичних об’єктів, зниженням туристичних потоків та сприяє стабілізації економіки. Для ефективного відновлення туризму в Харківській області, особливо постраждалій через воєнні дії, необхідно націлити ресурси на створення онлайн-платформ для просування туристичних об’єктів, віртуальних екскурсій, розвитку електронного бронювання. Щоб впровадження цифрових технологій було ефективним та результативним, важливо забезпечити безперебійний доступ до інтернету у регіоні. Впровадження таких цифрових технологій як віртуальні тури, аналітика великих даних, штучний інтелект, CRM-системи, сприятимуть конкурентоспроможності підприємств регіону, ефективному управлінню потоками туристів та покращенню туристичного досвіду. Державна політка та міжнародна підтримка має важливу та навіть вирішальну роль у багатьох питаннях, що дозволить успішно розвивати повоєнний туризм.

ВИСНОВКИ

Отже, в результаті дослідження діджиталізації як інструменту повоєнного відновлення туризму Харківської області можна зробити наступні висновки, а саме:

1. Розглянуто сутність та визначення поняття «діджиталізація» в якості одного з основних чинників трансформації інформаційного суспільства. Проведений аналіз наукових джерел показав, що діджиталізація являє собою не лише процес переведння інформації у цифровий формат, а й виступає у ролі соціально-економічного явища. Діджиталізація забезпечує автоматизацію багатьох процесів, а саме завдяки впровадженню інноваційних технологій, змінам у комунікації з клієнтами, впровадженню систем, які регулюють управління внутрішніми процесами підприємств. Під час дослідження було порівняно підходи різних науковців, як вітчизняних, так і іноземних, до тлумачення поняття «діджиталізація», «цифровізація», «інформатизація». Також було зазначено, що діджиталізації у туристичній галузі та індустрії гостинності відіграє вирішальну роль та допомагає підприємствам бути конкурентоспроможними на ринку.

2. Досліджено роль державної підтримки щодо використання діджиталізації в туризмі. У результаті аналізу було з’ясовано, що державна підпримка є основним чинником, що сприяє впровадженню діджиталізації у туристичну галузь. Було розглянуто основні напрями державного впливу, зокрема фінансування цифрових проектів, розвиток цифрової інфраструктури, підвищення цифрових компетентностей працівників, нормативно-правове регулювання та просування туристичного продукту через цифрові канали. Визначено, що державна політика, спрямована на цифрову трансформацію туристичної індустрії, сприяє модернізації галузі. Під час дослідження окрему увагу було приділено кібербезпеки, а саме нормативно-правового забезпечння кібербезпеки та захисту персональних даних користувачів цифрових сервісів.

3. Вивчено закордонний досвід використання діджиталізації в туризмі. В результату аналізу було встановлено, що цифровізація є важливим інструментом та розкриває інноваційний потенціал туристичної галузі. Країни, які активно впроваджують цифрові рішення у туристичну індустрію, такі як віртуальна та доповлена реальність, використання платформ онлайн-бронювання, Інтернету речей, великих даних, є туристично-привабливими. Було досліджено досвід таких країн, як Іспанія, Франція, Японія, Австралія, Сінгапур, ОАЕ, та з’ясовано, що використання інструментів діджиталізації впливає на покращення надання туристичних послуг, автоматизацію обслуговування, сприяє формуванню позитивного досвіду у туристів, оптимізує управління туристичними потоками. Прикладами впливу діджиталізації на модернізацію туристичної галузі є застосування AR-технологій у музеях, інтергація IoT у готелях, використання великих даних для організації подорожей. Таким чином, міжнародний досвід говорить про позитивний результат від застосування інструментів діджиталізації у галузі туризму та Україна може брати закордонний досвід в якості прикладу для ефективного впровадження цифровізації в країні.

4. Охарактеризувано ресурсний потенціал Харківської області. Під час дослідження виявлено, що Харківський регіон має можливості для застосування інструментів діджиталізації у таких сефрах, як культурно-пізнавальниц, гастрономічний, сільський, діловий та освітній туризм. З’ясовано, що незважаючи на воєнні дії, м. Харків та загалом Харківська область мають розвинений ІТ-сектор, який є гарною основою для впровадження цифрових рішень та формування конкурентоспроможного туристичного продукту. При вивченні ресурсів Харківського регіону, було знайдено деякі виклики, що сповільнюють впровадження цифровізації, а саме: цифровий розрив між містом та селами, недостатній рівень цифрових знань у працівників, фрагментарна взаємодія між зацікавленими сторонами туристичного ринку.

5. Проаналізувано використання інструментів діджиталізації в туристичному бізнесі. Було встановлено, в умовах глобальної конкуренції туристичних підприємств, застосування цифровізації є необхідністю. Під час аналізу з’ясовано, що туристичні агенства Харкова активно використовують інструменти діджиталізації, як соціальні мережі, чат-боти, AR/VR-технології, що сприяє збільшенню клієнтів, посиленню позицій на ринку, покращується якість надання послуг, оперативність обслуговування та ефективність маркетингових стратегій. Виявлено, що на регіональному рівні Харківська область має лідируючи позиції в реалізації впровадження цифрових інстрментів завдяки участі в таких програмах, як «Дія.Бізнес», «Мрія», «CDTO Campus». Зроблено висновок, що задля ефективного використання цифрових інструментів, є необхідність подолання викликів у регіоні, які сповільнюють процес трасформації туристичної галузі.

6. Надано рекомендації щодо ефективного впровадження інструментів діджиталізації для повоєнного відновлення туризму в регіоні. З’ясовано, що діджиталізація виступає чинником формування туристичного іміджу регіону, що є особливо актуально в умовах повоєнного відновлення. Враховуючи значні втрати ресурсів та туристичної інфраструктури, інструменти діджиталізації здатні частково нівелювати обмежений доступ до туристичних об’єктів, що сприятиме залученню туристів. Серед ключових напрямів цифровізації виділено: стоворення нових туристичних продуктів, розвиток сталого, інноваційного та інклюзивного туризму, залучення міжнародних партнерів та фінансових інвестицій. Зазначено, що у період повоєнного відновлення державна підтримка буде мати вирішальне значення у цифровізації туристичної діяльності, тому створення нормативно-правового забезпечення є необхідністю. Діджиталізація у Харківському регіоні є стратегічно важливим напрямом для ефективного відновлення туристичної індустрії у повоєнний період.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про віртуальні активи: Закон України від 17 лют.2022 р. № 2074-IX URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2074-20 (дата звернення: 02.04.2025).

2. Про електронну ідентифікацію та електронні довірчі послуги: Закон України від 05 жовт.2017 р. № 2155-VIII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19#Text (дата звернення 02.04.2025)

3. Про Національну програму інформатизації: Закон України від 01 груд.2022р. №2807-IX. URL: https://surl.lu/vxswnl (дата звернення: 02.04.2025)

4. Про публічні електронні реєстри: Закон України від 18 листоп.2021 р. №1907-IX. URL: https://surl.lu/blmnky (дата звернення: 03.04.2025)

5. Про туризм: Закон України від 15 верес.1995 р. № 324/95-ВР URL: https://surl.lu/ymkezp (дата звернення: 02.04.2025).

6. Баран Р. Я., Романчукевич М. Й. Підходи до поняття цифровізації підприємств туризму. *Сталий розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика:* матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 27–29 жовтня 2021 р.). Львів: ЛТЕУ, 2021. С. 115–118. 202 с.

7. Бригілевич Г. М. Стратегічне управління підприємницькою діяльністю у міжнародному туризмі : дис. Д-ра філос. наук : 76.05.01 / Г. М. Бригілевич; Львів. нац. Ун-т ім. Івана Франка. Львів, 2024. 120 с.

8. Васильців Т., Наконечна Н. Інструменти державної політики активізації процесів діджиталізації туристичного комплексу України. *Вісник Хмельницького нац. Ун-ту. Серія «Економічні науки»*. 2024. № 1 (326). С. 444–448. doi:10.31891/2307-5740-2024-326-70

9. Войнича Л. Й., Гринишин Г. М. Діджитал-маркетинг в умовах соціально-орієнтованої економіки. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2019. № 2 (70). С. 128–133.

10. Головчук Ю. О., Худоба О. М., Боднар Р. О. Діджиталізація у сучасній індустрії туризму та гостинності: проблеми і перспективні напрями. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2023. №8. С. 12–19.

11. Гуцол А. В. Інноваційні технології в туризмі : навч. посіб. Сєвєродонецьк : ПП «Поліграф-Сервіс», 2015. 343 с.

12. Зарубіна А. В., Сіра Е. О., Демчук Л. І. Особливості туризму в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство.* 2022. № 41. С. 3–11.

13. Ілляшенко І. О., Веркуніч А. Ю. Віртуальні екскурсії як інтерактивна складова туристичного продукту у післявоєнний час. Київ : Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана. 2024.

14. Кастельс М. Піднесення мережевого суспільства: Інформаційна епоха: економіка, суспільство і культура. Т. 1 / пер. з англ. 2-ге вид. Wiley-Blackwell, 2010. 711 с.

15. Коробка С. В. Діджиталізація підприємницької діяльності. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія: Економічна*. 2021. № 100. С. 88–95.

16. Лисяна В. О. Цифровізація туристичного оперейтингу. В. О. Лисяна. Держ. торговельно-екон. ун-т, 2024.

17. Мироненко М. Л., Нестеренко С. Г., Рай А. В., Фролов О. В. Геоінформаційна підтримка розмінування територій Харківської області. *Науковий вісник: Будівництво*. 2024. № 3 (184). С. 157–161. doi: 10.33042/2522-1809-2024-3-184-157-161.

18. Орлова-Курилова О. В. Сучасні методи оцінювання інноваційного потенціалу. *Вісник Хмельницького національного університ*ету. 2018. № 4. С. 143–146.

19. Паньків Н. Є., Гуменяк В. М. Діджиталізація туристичних маршрутів в Україні: сучасний стан та тенденції розвитку. *Development Service Industry Management (DSIM).* 2024. № 5 (37).С. 1–15. DOI: https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5(37)

20. Перегуда Ю. А., Кривоберець М. М. Державна підтримка підприємств туристичної галузі в умовах воєнного стану та післявоєнного відновлення. *Підприємництво та інновації*. 2022. Вип. 23. С. 16–20.

21. Писаренко Т. В., Кваша Т. К., Березняк Н. В., Прудка О. В. Інформаційне забезпечення інноваційного розвитку: світовий та вітчизняний досвід : монографія. Київ : УкрІНТЕІ, 2015. 239 с.

22. Пузирьова П. В. Розвиток стратегічного партнерства на основі створення інноваційної бізнес-моделі повоєнного розвитку туризму в Україні. *Ефективна економіка*. 2022. № 1 (254). С. 39–48. DOI: 10.32752/1993-6788-2022-1-254-39-48.

23. Рибалова О. В., Мацак А. О., Артем’єв С. Р., Бригада О. В., Ільїнський О. В. Вплив бойових дій на унікальні природні об’єкти Харківської області. *Техногенно-екологічна безпека*. 2024. Т. 15, № 1. С. 3–14. doi: 10.52363/2522-1892.2024.1.1.

24. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : економічні науки*. Херсон, 2022. Вип. 46. С. 11–15.

25. Ростовцев С. С. Інструменти інтернет-маркетингу в діяльності ресторанів. *Вісник Харківської державної академії культури. Серія: Соціальні комунікації*. 2017. № 51. С. 179–186.

26. Свен Ф., Матіассен Л., Ліндгрен Р. Прийняття цифрових інновацій у діючих компаніях: як Volvo Cars управляла конфліктними викликами. *MIS Quarterly.* 2017. Т. 41, № 1. С. 239–253.

27. Туризм на Харківщині. Природно-рекреаційні ресурси та історико-культурний потенціал регіону : бібліогр. путівник / Управління культури і туризму Харків. облдержадмін., Харків. обл. наук. б-ка. Харків : ХОУНБ, 2008. 120 с.

28. Bilgili B. Digital Transformation and Information Management in the Tourism Industry. *Digital Transformation in Tourism* / ed. by B. Erdogan, K. Koç. London : Taylor & Francis, 2024.

29. Boiko M., Bosovska M., Vedmid N., Melnychenko S., Stopchenko Y. Digitalization: Implementation in the tourism business of Ukraine. *Problems and Perspectives in Management*. 2022. Vol. 20, No. 4. P. 24–41.

30. Brennen S., Kreiss D. Digitalization and Digitization. *The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy* / ред. K. B. Jensen, E. W. Rothenbuhler, J. D. Pooley, R. T. Craig. Hoboken : Wiley-Blackwell, 2016.

31. Cheung C., Fang C.C., Wang Y.C. Consumer behavior and mobile payment: an empirical study of the restaurant industry. *Journal of China Tourism Research*. 2021.

32. Liu D., Chen J., Chou T. Resource fit in digital transformation: Lessons from the CDC. *Information Systems Frontiers*. 2011. Vol. 13, No. 3. P. 345–356.

33. McKinsey & Company. Tourism in the Digital Era: New Horizons for Growth, 2023.

34. Online Travel Booking Service Market Size, Share & Trends Analysis Report By Service Type (Vacation Packages, Transportation Booking), by Booking Method, by Device, by Region, and Segment Forecasts, 2022–2030. 2022.

35. Sebastian I. M., Ross J. W., Beath C. M., Mocker M., Moloney K. G., Fonstad N. O. How big old companies navigate digital transformation. *MIS Quarterly Executive*. 2017. Vol. 16, No. 3. P. 197–213.

36. Державна програма Prozorro. Продажі. URL: https://surl.li/pupfgw (дата звернення: 10.04.2025).

37. Державне агентство розвитку туризму України. Офіційний сайт. URL: https://www.tourism.gov.ua/ (дата звернення: 18.02.2025)

38. Діджиталізація туристичного сектору як інструмент розвитку в сучасних умовах. URL: https://surli.cc/bsvrje (дата звернення: 25.03.2025)

39. Діджиталізація –це: переваги, методи та що включає в себе. URL: https://surl.li/smjeqc (дата звернення: 27.03.2025)

40. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. Офіційний сайт. URL: https://www.kmu.gov.ua/ (дата звернення: 18.02.2025)

41. Міністерство культури та стратегічних комунікацій України (МКСК). Офіційний сайт. URL: https://mcsc.gov.ua/ (дата звернення: 18.02.2025)

42. Міністерство цифрової трансформації України. Офіційний сайт. URL: https://thedigital.gov.ua/ (дата звернення: 21.02.2025)

43. Національний університет біоресурсів і природокористування України. URL: https://nubip.edu.ua/ (дата звернення: 21.02.2025)

44. Реформування системи захисту персональних даних: які основні кроки зроблені? URL: https://surl.gd/arfkec (дата звернення:14.03.2025)

45. Харківська ОВА –серед лідерів цифрової трансформації в Україні. URL: https://kharkivoda.gov.ua/news/131189 (дата звернення: 09.05.2025)

46. Discover Ukraine. Туристичний портал України. Офіційний сайт. URL: https://discover.ua/ (дата звернення: 20.02.2025)

47. Hilton and Marriott Turn to the Internet of Things to Transform the Hotel Room Experience. *Skift.* URL: https://surl.li/zwrarr (дата звернення: 22.04.2025)

48. IoT in Hospitality Going Worldwide: Examples from All over the Globe. *Tektelic communications*. –URL: https://surli.cc/cwcvpd (дата звернення: 23.03.2025)

49. IT Ukraine Association. Офіційний сайт. URL: https://itukraine.org.ua/en/home/ (дата звернення: 25.02.2025)

50. Smart Tourism Destinations. Офіційний туристичний портал Європейського Союзу. URL: https://smarttourismdestinations.eu/ (дата звернення 22.02.2025)

51. Tourism Australia. Кампанія « Philausophy» на офіційному сайті корпоративної організації Співдружності Австралії. URL: https://surl.li/uhzdnc (дата звернення 24.02.2025)

52. Tourism invest hub. URL: https://tihub.biz/ (дата звернення: 09.05.2025)

53. TrekkSoft. Travel Trends Report 2020/21. URL: https://surl.li/qokdya (дата звернення: 05.02.2025)

54. Visit Britain. Офіційний туристичний портал Великої Британії. URL: https://www.visitbritain.com/en (дата звернення 20.02.2025)

55. Visit Singapore. Офіційний туристичний портал Сінгапуру. URL: https://www.visitsingapore.com/ (дата звернення 03.03.2025)

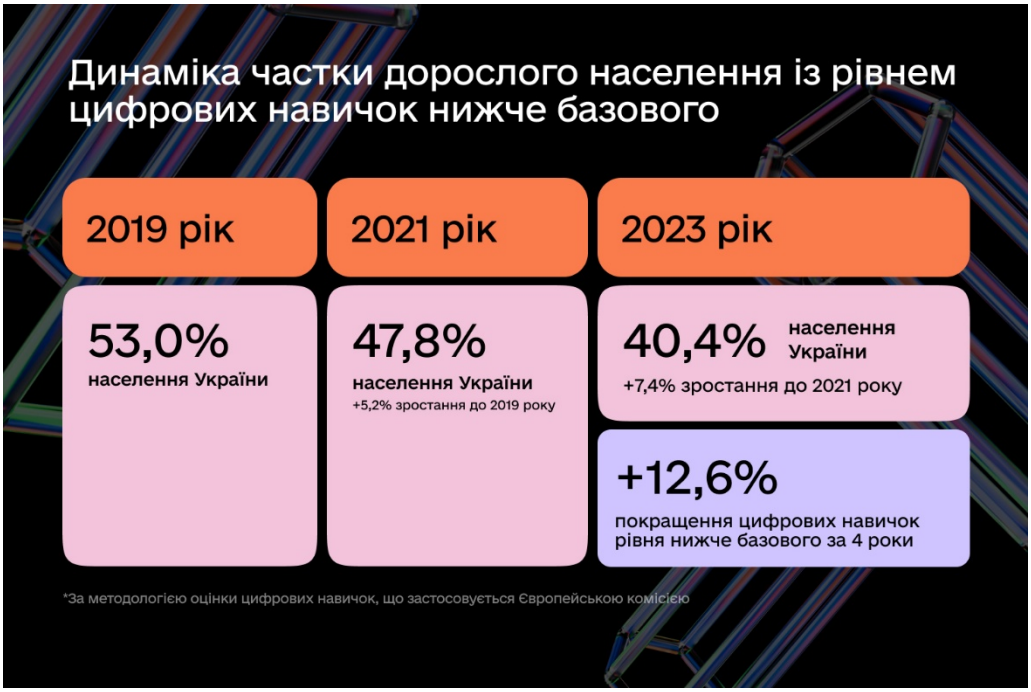
56. Westerman G., Bonnet D., McAfee A. Digital Transformation: A Roadmap for Billion-Dollar Organizations. *MIT Center for Digital Business and Capgemini Consulting.* 2011. URL: https://surl.li/uindgg (дата звернення: 05.05.2025).

57. World Tourism Barometer. UN Tourism, 2025. URL: https://surl.lu/vffuel (дата звернення: 18.02.2025)

58. World Economic Forum. Digital Transformation of Industries: Report. 22.02.2016.–URL: https://surl.li/sppmen (дата звернення: 23.02.2025)

Додатки

Додаток А



Динаміка частки дорослого населення із рівнем цифрових навичок нижче базового за даними Мінцифри [42]

Додаток В

Проблеми діджиталізації та шляхи їх вирішення

Проблеми	Перспективи їх використання	Необхідні заходи
Конфіденційність і безпека даних	Необхідно впроваджувати суворі правила захисту даних. Організації також повинні розробити надійну внутрішню політику управління даними. Використання шифрування та безпечних мереж, інвестиції в інфраструктуру кібербезпеки та регулярне оновлення систем можуть допомогти захистити дані	Сучасні заходи кібербезпеки (високоякісне шифрування, багатофакторна автентифікація, регулярні оновлення системи, системи виявлення втручань і брандмауери). Чітка нормативна база для управління даними, конфіденційності та безпеки
«Цифрова нерівність»	У партнерстві з приватними компаніями уряди можуть інвестувати в розширення цифрової інфраструктури в районах, які недостатньо обслуговуються. Слід також розпочати ініціативи для сприяння цифровій грамотності серед різних демографічних груп і регіонів. Інклюзивність має стати критично важливим фактором у планах цифрового розвитку	Державно-приватне партнерство та поширення цифрової інфраструктури на недостатньо забезпечені території. Залучення громад, інклюзивність цифрових ініціатив та їх відповідність потребам місцевого населення
Технологічна інфраструктура та цифрова грамотність	Надання співробітникам регулярних тренінгів і можливостей для підвищення кваліфікації може підвищити їхній комфорт і навички роботи з цифровими інструментами. Для розвитку технологічної інфраструктури можна налагодити партнерство з провайдерами систем зв’язку для покращення підключення та доступності	Покращення технологічної інфраструктури шляхом інвестицій в апаратне забезпечення, програмне забезпечення та мережеві можливості. Регулярні програми навчання співробітників для покращення цифрової грамотності в організаціях. Державно-приватне партнерство для підтримки ширших ініціатив цифрової грамотності
Дегуманізація послуг	Хоча автоматизація може підвищити ефективність, збереження людського фактора в наданні послуг є важливим. Баланс між людською взаємодією та	Гібридна модель сервісу, яка поєднує цифрові інструменти (наприклад, чат-боти штучного інтелекту) із людською взаємодією. Це забезпечує

	цифровою зручністю може привести до більшого задоволення клієнтів. Наприклад, штучний інтелект може обробляти рутинні запити, а люди можуть брати участь у більш складних або делікатних взаємодіях з клієнтами	ефективність автоматизації без втрати переваг людського спілкування, яке часто є життєво важливим у сфері туризму та гостинності
Залежність від онлайн-оглядів	Платформи, на яких розміщені огляди, повинні дотримуватися суворих інструкцій і використовувати вдосконалені алгоритми для виявлення та видалення фальшивих відгуків. Прозорість збирання та показу відгуків також може допомогти зміцнити довіру споживачів	Штучний інтелект та алгоритми машинного навчання можна використовувати для виявлення та видалення фальшивих відгуків, забезпечуючи більш автентичну та справедливу платформу як для компаній, так і для клієнтів. Чітка нормативна база, що може забезпечити чесність практик онлайн-оглядів
Надмірний туризм і вплив на навколишнє середовище	Цифрові інструменти можна використовувати для керування потоком відвідувачів і реклами нетрадиційних дестинацій. Наприклад, використання Big Data для визначення часу-пік і використання цифрових систем бронювання для обмеження кількості відвідувачів, може запобігти перевантаженості готелів	Аналітика Big Data для керування потоком відвідувачів і запобігання надмірному туризму, а також більш рівномірному розподілу туристів між дестинаціями та часовими періодами
Зміна очікувань клієнтів	Використання аналітики даних може допомогти компаніям зрозуміти та передбачити поведінку клієнтів, дозволяючи їм відповідати очікуванням клієнтів. Регулярна взаємодія з клієнтами через цифрові платформи може дати зрозуміти їхні мінливі потреби та вподобання	Аналітику Big Data, штучний інтелект і машинне навчання, для прогнозування та реагування на поведінку і вподобання клієнтів. Впровадження інтерактивних систем зворотного зв’язку із туристами.

Складено автором за матеріалами: [10]

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

ВІДГУК НАУКОВОГО КЕРІВНИКА
на кваліфікаційну бакалаврську роботу студентки
Бондаренко Катерини Григорівни
на тему «Діджиталізація як інструмент повоєнного відновлення туризму Харківської області»

«03» червня 2025
м. Харків

Післявоєнне відновлення туристичної сфери неможливе без активного залучення цифрових технологій, які дедалі частіше розглядаються як основа сучасної регіональної політики у сфері туризму. Харківська область, що постраждала внаслідок воєнних дій, потребує не лише фізичної відбудови, а й оновлення механізмів просування та організації туристичного продукту. Саме діджиталізація – зокрема використання інтерактивних платформ, цифрових маршрутів і онлайн-комунікацій – створює передумови для підвищення привабливості території, активізації інвестиційних процесів і оновлення іміджу регіону. Цифрові рішення забезпечують швидкість, адаптивність і прозорість управлінських рішень, що особливо важливо в умовах нестабільного середовища. Значення також має налагоджена співпраця між владою, бізнесом і місцевими громадами для формування цілісної цифрової моделі розвитку. Аналіз подібних стратегій є актуальним і своєчасним кроком до створення стійкої туристичної системи Харківщини в нових умовах.

Студентка Бондаренко К.Г. у бакалаврській роботі вивчила теоретичні основи дослідження діджиталізації в туризмі, а саме дослідила сутність та визначення поняття «діджиталізація», дослідила класифікацію роль державної підтримки щодо використання діджиталізації в туризмі, ретельно вивчила закордонний досвід використання діджиталізації в туризмі. Також студентка розглянула сучасний стан та перспективам використання інструментів діджиталізації в туристичному бізнесі в Харківській області, зокрема у

другому розділі роботи охарактеризувала ресурсний потенціал Харківської області, проаналізовала використання інструментів діджиталізації в туристичному бізнесі, надала рекомендації щодо ефективного впровадження інструментів діджиталізації для повоєнного відновлення туризму в регіоні

Зроблені висновки, пропозиції та рекомендації мають достатню обґрунтованість і достовірність, й одержані Бондаренко К.Г. особисто на базі вивчення значного обсягу спеціальної наукової літератури, а також власних досліджень. Робота супроводжується актуальним статистичним та графічним матеріалом у вигляді рисунків та таблиць.

Бондаренко К.Г. зарекомендувала себе як відповідальна, мотивована та дисциплінована студентка, яка виявила значний інтерес до досліджуваної теми, здатність до самостійного аналізу й вирішення складних питань. Під час виконання роботи вона демонструвала старанність, систематичний підхід до опрацювання інформації, увагу до деталей, а також уміння чітко структурувати матеріал і оформлювати текст відповідно до академічних стандартів.

Дипломна робота за оформленням і змістом відповідає вимогам, що пред'являються до кваліфікаційних магістерських робіт, і може бути допущена до захисту в ЕК.

Науковий керівник:
кандидат економічних наук,
доцент, доцент кафедри світової
політики, дипломатії
та туристичного бізнесу
Харківського національного
університету імені В.Н. Каразіна Михайло СІДОРОВ

Харківський національний
університет імені В.Н Каразіна,
м. Харків, м. Свободи, 6
«2» червня 2025 року

Екзаменаційній комісії
із захисту дипломних робіт
спеціальності 242 Туризм»

ЗОВНІШНЯ РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну бакалаврську роботу
студентки Бондаренко Катерини Григорівни
спеціальності 242 «Туризм»
на тему: «Діджиталізація як інструмент повоєнного відновлення туризму Харківської області»

Кваліфікаційна робота Бондаренко Катерини Григорівни присвячена ролі діджиталізації у відновленні туристичної галузі Харківської області в умовах повоєнного періоду. Дослідження вирізняється високим рівнем актуальності, оскільки цифрові технології стають стратегічним ресурсом для відбудови конкурентоспроможності регіонів, що постраждали від воєнних дій, сприяючи прозорості, гнучкості та залученню інвестицій у туризм.

Авторка детально розкрила теоретичні основи діджиталізації в туризмі, визначивши сутність поняття, класифікацію цифрових інструментів і роль державної підтримки. Окремо проаналізовано зарубіжний досвід упровадження цифрових рішень у туристичній сфері.

У другому розділі зосереджено увагу на сучасному стані туристичного потенціалу Харківської області, оцінці використання діджитал-інструментів і розробці рекомендацій для їх ефективного застосування. Окрему цінність становить аналіз перспектив цифрової трансформації для повоєнного відновлення регіону, що надає роботі практичного значення.

Робота має чітку структуру, логічну послідовність викладу, базується на сучасних аналітичних джерелах, зокрема статистичних даних, офіційних документах і наукових публікаціях. Авторка продемонструвала володіння

методами системного, порівняльного та аналітичного аналізу, сформулювавши самостійні висновки, підкріплені фактичним матеріалом.

Окремо варто відзначити науково обґрунтоване використання понять «діджиталізація», «цифрова екосистема», «туристичний потенціал», що свідчить про глибоке розуміння теоретичних основ туризму та цифрових технологій. Таблиці та ілюстрації вдало доповнюють аналітичний зміст, а стиль викладу відповідає академічним стандартам.

Мета дипломної роботи досягнута. Авторка послідовно реалізувала поставлені дослідницькі завдання: від узагальнення теоретичних положень до розробки практичних рекомендацій для цифрової трансформації туризму Харківщини, що підтверджує логічну завершеність і обґрунтованість дослідження.

Дискусійні питання, зауваження та побажання: у тексті роботи іноді зустрічаються граматичні та стилістичні помилки, а також – занадто довгі речення.

Запропонована робота є завершеним, самостійним науковим дослідженням, яке цілком відповідає встановленим вимогам до робіт відповідного кваліфікаційного рівня. За умови успішного захисту в Державній екзаменаційній комісії, робота заслуговує на оцінку добре, зокрема – 87 балів.

Рецензент:
канд. екон. наук, доцент
кафедри міжнародних економічних відносин
та логістики
Харківського національного університету
імені В.Н. Каразіна Роман КОВАЛЕНКО