

Міністерство освіти і науки України  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна  
ННІ «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 магістерська Робота**

на тему: «**ПЕРСПЕКТИВИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ  
ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ**»

Виконав: студент 2 курсу, групи УТМ-61  
Спеціальності 242 «Туризм»  
Лисак Ельдар Андрійович

---

(прізвище та ініціали)

Керівник: к.е.н., доц. Шамара І.М.

---

(прізвище та ініціали)

Рецензент: к.е.н., доц. Коваленко Р.С.

---

(прізвище та ініціали)

### **Підсумкова оцінка:**

за національною шкалою: \_\_\_\_\_

кількість балів: \_\_\_\_\_

Голова Екзаменаційної комісії

---

(підпис)

Покоłodна М.М.

---

(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) другий (магістерський)

Напрямок підготовки

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
завідувач кафедри  
світової політики, дипломатії та  
туристичного бізнесу  
доц. Анатолій ПАРФІНЕНКО

---

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2025 року

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

Лисака Ельдара Андрійовича

Тема роботи: Перспективи цифрової трансформації туристичної галузі України

керівник роботи Шамара Ірина Миколаївна, к.е.н., доц.

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від 15.09.2025 року 4001-5/3283

2. Строк подання студентом роботи 25.11.2025 року

3. Перелік питань, які потрібно розробити:

визначити сутність та основні поняття цифрових технологій у сфері туризму; охарактеризувати ключові напрями використання цифрових технологій у туристичній діяльності; здійснити класифікацію цифрових технологій, що застосовуються в туристичній галузі; проаналізувати науково-методичні підходи до оцінки впливу цифрових технологій на діяльність туристичних підприємств; дослідити умови та чинники, що

впливають на розвиток цифрових технологій у туристичній галузі України; оцінити сучасний стан впровадження цифрових рішень у діяльність українських туристичних підприємств; виявити основні проблеми цифрової трансформації туристичної галузі України; визначити потенціал та передумови цифрової трансформації туризму в Україні; сформулювати пріоритетні завдання формування цифрового простору туристичної галузі України на основі закордонного досвіду; обґрунтувати перспективи інтеграції цифрових технологій у діяльність вітчизняних підприємств туристичної індустрії.

#### 4. План роботи:

№ з/п	Назви етапів роботи
1	Розділ 1. Теоретичні аспекти визначення сутності цифрових технологій в туризмі
2	Розділ 2. Дослідження розвитку цифрових технологій в туристичній галузі України
3	Розділ 3. Концепція формування цифрового простору туристичної галузі України

5. Дата видачі завдання 01.06.2025 р.

Студент \_\_\_\_\_ **Лисак Е.А.**  
підпис ініціали, прізвище

Керівник роботи \_\_\_\_\_ **Шамара І.М.**  
підпис ініціали, прізвище

## АНОТАЦІЯ

### **Лисак Е.А. «Перспективи цифровізації туристичної галузі України»**

Роботу присвячено дослідженню перспектив цифровізації туризму України. Проведено аналіз сучасного стану розвитку цифрових технологій в туристичній галузі України. Розглянуто закордонний досвід цифровізації туризму. Визначено перспективи впровадження цифрових технологій на вітчизняних підприємствах тур індустрії. Автором зазначено, що цифрові технології дозволяють компаніям залишатися конкурентоспроможними на ринку, але їх швидке оновлення вимагає постійного моніторингу та впровадження новітніх рішень для ефективного управління бізнесом. Використання інновацій у туристичній індустрії має на меті створення туристичних продуктів, надання унікальних туристичних послуг, застосування нових методів маркетингу та використання новітніх технологій та інформаційних технологій, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичних продуктів на національному та міжнародному ринках, і призводить до появи нових видів туризму.

## ANNOTATION

### **Lysak E.A. «Prospects of digitization of the tourism industry of Ukraine»**

The work is devoted to researching the prospects of digitalization of tourism in Ukraine. An analysis of the current state of development of digital technologies in the tourism industry of Ukraine was carried out. The foreign experience of digitalization of tourism is considered. Prospects for the implementation of digital technologies at domestic enterprises of the tour industry are offered. The author states that digital technologies allow companies to remain competitive in the market, but their rapid updating requires constant monitoring and implementation of the latest solutions for effective business management. The use of innovations in the tourism industry aims to create tourist products, provide unique tourist services, apply new marketing methods and use the latest technologies and information technologies, which contributes to increasing the competitiveness of tourist products on the national and international markets, and leads to the emergence of new types of tourism.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИЗМІ</b>	<b>7</b>
1.1. Сутність, визначення та ключові напрями використання цифрових технологій у сфері туризму	7
1.2. Класифікація та основні види цифрових технологій, що застосовуються в туристичній галузі	15
1.3. Науково-методичні підходи до аналізу впливу цифрових технологій на діяльність туристичної сфери	18
<b>РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ</b>	<b>21</b>
2.1. Аналіз умов та чинників розвитку цифрових технологій в сфері туризму в Україні	21
2.2. Аналіз сучасного стану розвитку цифрових технологій в туристичній галузі України	28
2.3. Основні проблеми цифрової трансформації туристичної галузі України	38
<b>РОЗДІЛ 3. КОНЦЕПЦІЯ ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВОГО ПРОСТОРУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ</b>	<b>45</b>
3.1. Пріоритетні завдання формування цифрового простору туристичної галузі України на основі закордонного досвіду	52
3.2. Перспективи інтеграції цифрових технологій у діяльність вітчизняних підприємств туристичної індустрії	58
<b>ВИСНОВКИ</b>	<b>62</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	<b>64</b>

## ВСТУП

*Актуальність теми дослідження.* У сучасну епоху глобалізації та швидкого розвитку цифрових технологій туристична сфера переживає значні трансформації. Цифрова трансформація вже не просто тренд, а необхідна умова для забезпечення конкурентоспроможності, сталого розвитку та адаптації до нових викликів, таких як пандемія COVID-19, зміна споживчої поведінки та зростання популярності онлайн-сервісів.

Для України, яка володіє потужним туристичним потенціалом – багатою культурною спадщиною, унікальними природними ресурсами та вигідним географічним розташуванням – цифровізація відкриває нові перспективи інтеграції у світовий туристичний ринок, залучення іноземних гостей та стимулювання внутрішнього туризму. Водночас, цей процес супроводжується низкою труднощів: недостатньо розвинена цифрова інфраструктура, обмежені фінансові ресурси та потреба у підвищенні цифрової компетентності учасників ринку.

Актуальність теми зумовлена потребою у всебічному аналізі поточного стану цифровізації туристичної галузі України, визначенні її перспектив та розробці практичних рекомендацій щодо ефективного впровадження цифрових рішень.

*Стан і ступінь вивченості проблеми.* Проблематика цифрової трансформації туризму активно досліджується як українськими, так і зарубіжними науковцями. У наукових працях аналізуються питання впровадження цифрових технологій у туристичну сферу, зокрема застосування штучного інтелекту, великих даних, блокчейну, мобільних додатків, онлайн-платформ для бронювання та віртуальної реальності. Значна увага приділяється впливу цифровізації на поведінку споживачів, маркетингові підходи, управління туристичними підприємствами та розвиток смарт-туризму.

В Україні дослідження цифрової трансформації туризму перебуває на стадії активного становлення. У наукових публікаціях розглядаються окремі аспекти цифровізації, зокрема електронне урядування у сфері туризму, цифрові сервіси для мандрівників, роль соціальних мереж у просуванні туристичних продуктів. Проте комплексний аналіз перспектив цифрової трансформації з урахуванням сучасних викликів, міжнародного досвіду та стратегічних напрямів розвитку ще недостатньо представлений.

Інформаційною базою слугували роботи наступних науковців: Ахмедова О., Аведян Л., Зілінська А., які дослідили інноваційні трансформації публічного управління для якості освітніх послуг; Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М., які розглянули реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі; Кожухівська Р.Б., Непочатенко В.О., які аналізували Digital-технології як основу розвитку туристичної діяльності в Україні; Косик В. М., який аналізував новітні технології розвитку дистанційної освіти в Україні; Лисюк, Т., Ройко, Л., Білецький, Ю., які вивчали цифрові інноваційні технології у сфері туризму України; Омельчак, Г., який дослідив особливості інноваційного розвитку туризму України в умовах війни та євроінтеграції; Роїк, О. Р., який розглянув напрямки сталого розвитку туризму України в умовах післявоєнного відновлення; а також інтернет-джерела по темі цифрової трансформації туристичної галузі України.

*Метою* дипломної роботи є дослідження поточного стану та перспектив цифрової трансформації туристичної галузі України, визначення ключових напрямів її розвитку та формулювання рекомендацій щодо ефективного впровадження цифрових технологій з метою підвищення конкурентоспроможності, інноваційності та стійкості галузі в умовах глобальних змін.

Відповідно до мети роботи сформовані наступні *завдання*:

- визначити сутність та основні поняття цифрових технологій у сфері туризму;
- охарактеризувати ключові напрями використання цифрових технологій у туристичній діяльності;
- здійснити класифікацію цифрових технологій, що застосовуються в туристичній галузі;
- проаналізувати науково-методичні підходи до оцінки впливу цифрових технологій на діяльність туристичних підприємств;
- дослідити умови та чинники, що впливають на розвиток цифрових технологій у туристичній галузі України;
- оцінити сучасний стан впровадження цифрових рішень у діяльність українських туристичних підприємств;
- виявити основні проблеми цифрової трансформації туристичної галузі України;
- визначити потенціал та передумови цифрової трансформації туризму в Україні;
- сформулювати пріоритетні завдання формування цифрового простору туристичної галузі України на основі закордонного досвіду;
- обґрунтувати перспективи інтеграції цифрових технологій у діяльність вітчизняних підприємств туристичної індустрії.

*Об'єктом дослідження* виступають процеси цифрової трансформації в туристичній галузі України.

*Предметом дослідження* є інструменти, технології та механізми цифровізації, що впливають на розвиток туристичної сфери, а також їх потенціал для підвищення ефективності, доступності та конкурентоспроможності туристичних послуг в Україні.

У процесі написання дипломної роботи використано комплекс *наукових методів*, які дозволили всебічно дослідити перспективи цифрової трансформації туристичної галузі України: аналіз наукової літератури та

нормативно-правових актів – для вивчення теоретичних основ цифровізації, сучасних тенденцій у сфері туризму та державної політики у галузі цифрової трансформації; порівняльний аналіз – для зіставлення досвіду цифрової трансформації туристичної галузі в Україні та інших країнах, з метою виявлення ефективних практик; статистичний аналіз – для оцінки динаміки розвитку туристичної галузі, рівня цифровізації та впливу цифрових технологій на економічні показники; SWOT-аналіз – для визначення сильних і слабких сторін, можливостей та загроз, пов'язаних із цифровою трансформацією туризму в Україні; системний підхід – для комплексного розгляду взаємозв'язків між технологічними, економічними, соціальними та організаційними аспектами цифрової трансформації.

*Структура роботи.* Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку літератури (46 джерел).

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИЗМІ**

### **1.1. Сутність, визначення та ключові напрями використання цифрових технологій у сфері туризму**

Цифрові технології докорінно змінили туристичну сферу, вплинувши на способи пересування, планування подорожей та отримання вражень. Завдяки їм мандрівники отримали широкий доступ до інформації, індивідуальних рекомендацій і зручного процесу бронювання. Для підприємств у сфері туризму цифровізація відкрила нові горизонти в маркетингу, взаємодії з клієнтами та підвищенні ефективності операцій.

Цифрові технології в туристичній сфері – це комплекс сучасних інструментів, платформ і рішень, заснованих на інформаційно-комунікаційних технологіях, які сприяють вдосконаленню процесів планування, бронювання, організації подорожей, просування туристичних продуктів і покращенню взаємодії з клієнтами. До таких технологій належать мобільні застосунки, онлайн-сервіси, штучний інтелект, віртуальна та доповнена реальність, системи управління даними, аналітичні інструменти, а також цифрові канали зв'язку [4, с. 18].

Туризм і цифрові технології сьогодні нерозривно пов'язані. Тому своєчасна, точна та зрозуміла інформація про умови подорожі є ключовою для прийняття рішень. Туристична галузь є інформаційно насиченою, і її слід розглядати як сектор, що активно впроваджує ІТ-рішення та стандарти. З точки зору управління, важливо ефективно використовувати методи і засоби для збору, реєстрації, передачі, зберігання, пошуку, обробки та захисту інформації, а також забезпечення її доступу тим, хто її потребує.

До ключових ознак цифровізації в сучасному суспільстві належать [6, с. 164]:

1. Застосування комп'ютерних алгоритмів для обробки інформації.
2. Можливість зберігання великих обсягів даних на різноманітних носіях.
3. Забезпечення передачі та обміну інформацією на значній відстані у визначений час із збереженням її цілісності та основних характеристик.

Розглянемо ці характеристики більш детально в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

### Основні характеристики цифровізації в сучасному інформаційному суспільстві

Характерний аспект цифровізації	Визначення
Інтелектуальна обробка даних	використання комп'ютерних алгоритмів, зокрема методів машинного навчання та штучного інтелекту, для аналізу, класифікації, прогнозування та прийняття рішень на основі великих масивів інформації.
Масове зберігання інформації	можливість акумулювання значних обсягів цифрових даних на різних носіях, включаючи хмарні сховища, сервери та локальні пристрої, що забезпечує доступність, безпеку та довготривале збереження інформації.
Швидка та надійна передача інформації	забезпечення обміну даними на великі відстані через глобальні мережі (наприклад, Інтернет, мобільні мережі), з дотриманням вимог до точності, швидкості, конфіденційності та цілісності переданої інформації.
Інтеграція цифрових рішень у всі сфери діяльності	цифровізація охоплює не лише технологічні аспекти, а й соціальні, економічні та управлінські процеси, сприяючи трансформації бізнес-моделей, підвищенню ефективності управління та розвитку нових форм взаємодії.

Складено автором за матеріалами: [9]

У сучасному інформаційному суспільстві цифровізація охоплює широкий спектр процесів, які трансформують способи обробки, зберігання, передачі та використання інформації. Однією з ключових характеристик цифровізації є інтелектуальна обробка даних, що

передбачає застосування комп'ютерних алгоритмів, зокрема методів машинного навчання та штучного інтелекту. Ці технології дозволяють автоматизувати аналіз великих масивів даних, виявляти приховані закономірності, моделювати складні процеси прийняття рішень та забезпечувати високу точність і оперативність управлінських дій.

Не менш важливою складовою цифровізації є масове зберігання інформації, яке реалізується через використання локальних серверів, хмарних платформ та гібридних систем. Це дозволяє накопичувати великі обсяги даних, забезпечувати їх довготривале збереження, резервне копіювання, захист від втрати та доступність з будь-якої точки світу. Такий підхід сприяє гнучкості та масштабованості інформаційних систем.

Цифрові технології також забезпечують швидку та надійну передачу інформації на глобальному рівні. Завдяки високошвидкісним мережам (наприклад, 5G, оптоволоконним каналам) та захищеним протоколам зв'язку (SSL, VPN), інформація може передаватися на великі відстані з дотриманням вимог до конфіденційності, цілісності та точності. Синхронізація даних у реальному часі дозволяє оперативно реагувати на зміни, що є критично важливим для таких галузей, як міжнародний бізнес, логістика, туризм та дистанційна робота [1].

Ще одним важливим аспектом є інтеграція цифрових рішень у всі сфери діяльності. Цифровізація охоплює не лише технічні процеси, а й соціальні, економічні та управлінські аспекти. Прикладами таких трансформацій є електронне урядування, цифрова освіта, електронна комерція, а також автоматизація бізнес-процесів, що сприяє зниженню витрат і підвищенню продуктивності. Цифрова трансформація організацій змінює корпоративну культуру, структуру управління та стратегічні підходи, формуючи нові моделі взаємодії між державою, бізнесом і громадянами.

Також, цифрові технології забезпечують доступність і мобільність інформації. Завдяки мобільним пристроям, адаптивним інтерфейсам та персоналізованим системам, користувачі мають змогу отримувати необхідні дані у будь-який час і з будь-якого місця. Це особливо актуально для туристичної галузі, де швидкий доступ до інформації є вирішальним для прийняття ефективних рішень щодо подорожей [1].

Доцільно стверджувати, що цифрові технології (ЦТ) відіграють важливу роль у туризмі. Вони використовуються для різних цілей, таких як бронювання подорожей, маркетинг туристичних напрямків та управління туристичними підприємствами.

Система ЦТ у туризмі складається з різних компонентів. У таблиці 1.2 зазначено їх визначення та застосування у сфері туристичних послуг.

Таблиця 1.2

## Компоненти цифрових технологій у сфері туризму

Компонент	Визначення, характеристика
Комп'ютерні системи резервування (CRS)	автоматизовані системи, які використовуються для управління процесами бронювання туристичних послуг, таких як авіаквитки, готелі, оренда транспорту тощо. CRS забезпечують централізований доступ до баз даних постачальників послуг, дозволяючи агентам і споживачам здійснювати бронювання в реальному часі, перевіряти наявність місць, ціни та умови.
Системи ведення телекомунікаційних конференцій (VTC)	технологічні рішення, що дозволяють проводити дистанційні зустрічі та переговори за допомогою відеозв'язку. VTC-системи забезпечують синхронну передачу аудіо- та відеоінформації між учасниками, що знаходяться в різних географічних точках, сприяючи ефективній комунікації в бізнесі, освіті та управлінні.
Відеосистеми	апаратно-програмні комплекси, призначені для запису, обробки, зберігання та трансляції відеоінформації. Вони включають камери, монітори, відеосервери, програмне забезпечення для редагування та трансляції. Відеосистеми широко застосовуються в маркетингу, безпеці, освіті та туризмі (наприклад, для віртуальних турів).

Комп'ютери	електронні пристрої, що здійснюють обробку, зберігання та передачу даних на основі програмного забезпечення. Комп'ютери є базовим елементом цифрової інфраструктури, забезпечуючи виконання складних обчислювальних операцій, управління інформаційними системами та підтримку користувацьких інтерфейсів.
Інформаційні системи менеджменту (MIS)	інтегровані системи, які забезпечують збір, обробку, аналіз та представлення управлінської інформації для підтримки прийняття рішень у бізнесі та організаціях. MIS охоплюють фінансову, кадрову, виробничу та маркетингову інформацію, сприяючи ефективному плануванню, контролю та координації діяльності.
Електронні інформаційні системи авіаційних ліній (AEIS)	спеціалізовані цифрові платформи, які використовуються авіакомпаніями для управління рейсами, пасажирськими даними, багажем, розкладом, ціноутворенням та іншими операційними процесами. AEIS забезпечують інтеграцію з глобальними системами бронювання та сприяють підвищенню точності та швидкості обслуговування пасажирів.
Електронний переказ грошей (EFT)	система безготівкових розрахунків, яка дозволяє здійснювати фінансові операції між рахунками через електронні канали. EFT включає банківські перекази, оплату товарів і послуг онлайн, використання платіжних карток та мобільних платіжних систем. Вона забезпечує швидкість, безпеку та зручність фінансових транзакцій.

Складено автором за матеріалами: [25]

У сучасній туристичній індустрії цифрові технології відіграють ключову роль у забезпеченні ефективності, зручності та доступності послуг. Одним із найважливіших інструментів є комп'ютерні системи резервування (CRS) – автоматизовані платформи, які дозволяють туристичним агентствам здійснювати бронювання авіаквитків, готелів, оренди транспорту та інших послуг у реальному часі. Прикладами таких систем є Amadeus, Sabre та Travelport, які інтегрують інформацію від різних постачальників у єдиному інтерфейсі.

Для забезпечення ефективної комунікації між учасниками туристичного бізнесу, особливо в умовах глобалізації, активно використовуються системи ведення телекомунікаційних конференцій

(VTC). Такі платформи, як Zoom або Microsoft Teams, дозволяють туроператорам проводити онлайн-зустрічі з партнерами, презентувати нові туристичні продукти та організувати навчання персоналу [25].

Важливим засобом візуалізації туристичних об'єктів є відеосистеми, які забезпечують запис, обробку та трансляцію відеоінформації. За їх допомогою готелі та туристичні комплекси створюють віртуальні тури, що дозволяють потенційним клієнтам ознайомитися з умовами проживання, інфраструктурою та локаціями ще до прибуття.

Базовим елементом цифрової інфраструктури залишаються комп'ютери, які використовуються менеджерами туристичних компаній для роботи з CRM-системами, обробки замовлень, ведення документації та комунікації з клієнтами. Вони забезпечують швидкий доступ до інформації та підтримку всіх бізнес-процесів [25].

Для управління внутрішніми процесами туристичних підприємств застосовуються інформаційні системи менеджменту (MIS). Ці системи дозволяють збирати, аналізувати та представляти управлінську інформацію, що сприяє ефективному плануванню, контролю та прийняттю рішень. Туристичні компанії використовують MIS для аналізу продажів, управління персоналом та оцінки результативності маркетингових стратегій [26].

У сфері авіаперевезень важливу роль відіграють електронні інформаційні системи авіаційних ліній (AEIS), які забезпечують управління розкладом рейсів, реєстрацію пасажирів, обробку багажу та інтеграцію з CRS для бронювання квитків. Ці системи сприяють підвищенню точності та швидкості обслуговування клієнтів.

Електронний переказ грошей (EFT) є невід'ємною частиною сучасного туристичного обслуговування. Завдяки таким платіжним системам, як PayPal, Stripe або мобільні банківські додатки, клієнти

можуть швидко та безпечно оплачувати туристичні послуги онлайн, що значно спрощує процес купівлі та підвищує рівень задоволеності [26].

Ці компоненти працюють разом, щоб забезпечити туристам зручний і ефективний досвід. Наприклад, CRS дозволяють туристам бронювати подорожі онлайн, VTC дозволяють туристичним агентствам спілкуватися з клієнтами в реальному часі, а MIS допомагають туристичним підприємствам керувати своїми операціями.

Цифрові технології (ЦТ) відіграють важливу роль у просуванні туристичних напрямків та управлінні туристичними підприємствами. Туристичні організації активно застосовують ЦТ для створення веб-ресурсів, які презентують туристичні продукти, а також для реалізації маркетингових стратегій у соціальних мережах, що дозволяє ефективно взаємодіяти з цільовою аудиторією. Крім того, цифрові інструменти використовуються для оптимізації внутрішніх процесів туристичних компаній, зокрема для управління бронюваннями, фінансовими операціями та кадровими ресурсами.

Загалом, цифрові технології мають позитивний вплив на розвиток туризму. Вони сприяють [23, с. 108]:

- підвищенню доступності туристичних послуг для широкого кола споживачів;
- покращенню якості туристичного досвіду завдяки персоналізації та інтерактивності;
- зростанню ефективності функціонування туристичних підприємств через автоматизацію та аналітику.

Окрім цього, цифровізація стимулює появу нових форм туризму, таких як туризм, орієнтований на досвід (*experience-based tourism*), що акцентує увагу на унікальних враженнях, та екологічно відповідальний туризм (*responsible or sustainable tourism*), який передбачає дбайливе ставлення до навколишнього середовища та місцевих культур.

Попри широке розповсюдження сучасних цифрових технологій, рівень їхнього впровадження у діяльність українських туристичних підприємств залишається порівняно низьким. Це зумовлено низкою об'єктивних причин, серед яких варто виокремити наступні.

По-перше, в багатьох регіонах України спостерігається недостатній рівень розвитку цифрової туристичної інфраструктури. Обмежене покриття мережі Інтернет, слабкий мобільний зв'язок та нестача інших засобів комунікації ускладнюють доступ туристичних компаній і споживачів до інформаційних ресурсів, що стримує цифрову трансформацію галузі.

По-друге, у низці регіонів країни відсутні або слабо структуровані бази даних, які містять інформацію туристичного характеру – про об'єкти, послуги, ціни, маршрути тощо. Без таких баз неможливо забезпечити ефективне функціонування цифрових платформ, що орієнтовані на планування подорожей та бронювання послуг.

Третім чинником є обмежена присутність туристичних продуктів у цифровому просторі. Багато підприємств не мають достатніх фінансових або технічних ресурсів для створення якісного онлайн-контенту, просування своїх послуг у соціальних мережах чи на спеціалізованих платформах. Це значно ускладнює доступ потенційних туристів до актуальної інформації про можливості відпочинку [18].

Крім того, в Україні спостерігається низький рівень розвитку віртуальної туристичної індустрії. У порівнянні з провідними країнами світу, вітчизняний ринок має обмежену кількість онлайн-сервісів, які дозволяють користувачам планувати маршрути, бронювати послуги, переглядати інтерактивні карти та отримувати персоналізовані рекомендації.

Недостатній розвиток зазначених компонентів цифрової екосистеми туризму суттєво обмежує можливості ефективного використання

цифрових технологій у галузі. Це, своєю чергою, негативно позначається на загальному рівні розвитку туристичного сектору та знижує конкурентоспроможність українських туристичних підприємств на внутрішньому й міжнародному ринках.

## **1.2. Класифікація та основні види цифрових технологій, що застосовуються в туристичній галузі**

У сучасній туристичній сфері активно впроваджуються смарт-технології, які суттєво змінюють підходи до організації подорожей, обслуговування клієнтів та управління туристичними підприємствами. Ці технології є важливим об'єктом науково-методичного аналізу, оскільки впливають на ефективність, персоналізацію та інноваційність туристичних послуг.

Одним із найпоширеніших інструментів є мобільні додатки для подорожей, такі як *TripIt*, *Google Travel*, *Booking.com* і *Airbnb*. Вони дозволяють користувачам планувати маршрути, бронювати житло, квитки та екскурсії, а також інтегрувати інформацію з календарем і картами, забезпечуючи зручність і швидкість у підготовці до подорожі [15].

Важливу роль відіграють CRM-системи (*Salesforce*, *Zoho CRM*, *Travelport*), які допомагають туристичним компаніям ефективно керувати взаємодією з клієнтами, аналізувати їхню поведінку та пропонувати персоналізовані послуги.

Для персоналізації послуг туристичні оператори, зокрема *TUI Group* і *Thomas Cook*, впроваджують CRM-системи, які дозволяють збирати дані про клієнтів, створювати індивідуальні тури та автоматизувати маркетингові кампанії, зокрема email-розсилки та програми лояльності.

Завдяки Big Data та аналітичним платформам, таким як *Amadeus* і *Sabre*, туристичні компанії можуть прогнозувати потоки туристів,

оптимізувати ціни, управляти попитом і розробляти нові продукти на основі аналізу великих обсягів даних.

Штучний інтелект також активно використовується у вигляді чат-ботів для бронювання та консультацій, рекомендаційних систем для вибору напрямків, готелів і ресторанів, а також автоматичного перекладу та розпізнавання мови, що покращує комунікацію з туристами.

Наприклад, *Expedia* застосовує чат-ботів для оперативного реагування на запити клієнтів, *Trip.com* – для рекомендацій готелів і маршрутів, а *Google Travel* – для аналізу поведінки користувачів і прогнозування їхніх потреб [15].

Інноваційними є технології віртуальної (VR) та доповненої реальності (AR), які дозволяють здійснювати віртуальні тури по готелях, музеях і містах, а також використовувати AR-додатки для навігації та інтерактивних екскурсій.

Інноваційні компанії, як-от *Marriott International* та *National Geographic Expeditions*, використовують віртуальну (VR) та доповнену реальність (AR) для створення інтерактивних турів, карт і екскурсій. Музеї та культурні об'єкти також інтегрують AR-додатки для самостійного ознайомлення з експозиціями.

Блокчейн забезпечує прозорість фінансових операцій, захист персональних даних і цифрову ідентифікацію туристів, що особливо актуально для децентралізованих платформ бронювання [16].

У сфері блокчейн-технологій компанії, як-от *Travala.com*, дозволяють оплачувати подорожі криптовалютою, а *Winding Tree* створює децентралізовані системи бронювання, що зменшують залежність від посередників.

Інтернет речей (IoT) реалізується через смарт-готелі. Смарт-готелі – такі як *Hilton* і *AccorHotels* – впроваджують технології Інтернету речей (IoT): голосові асистенти, автоматизоване освітлення, клімат-контроль, а

також сенсори для моніторингу безпеки, енергоспоживання та комфорту гостей [7, с. 142].

Підсумуємо проаналізований матеріал в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

### Класифікація цифрових технологій в сфері туризму

Види цифрових технологій	Особливості застосування
1. Інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ)	- веб-сайти туристичних агентств; - мобільні додатки (Booking.com, TripIt, Airbnb); - онлайн-платформи бронювання та планування подорожей.
2. Технології управління клієнтськими відносинами (CRM)	- збирати та аналізувати дані про клієнтів; - персоналізувати туристичні послуги; - автоматизувати маркетингові кампанії (приклади: Salesforce, Zoho CRM).
3. Аналітичні технології (Big Data, Business Intelligence)	- прогнозування туристичних потоків; - аналізу поведінки споживачів; - оптимізації цінової політики; - розробки нових туристичних продуктів (приклади: Amadeus, Sabre).
4. Смарт-технології та автоматизація	- Інтернет речей (IoT) – сенсори в готелях, смарт-кімнати; - роботизовані системи – автоматизоване обслуговування; - голосові асистенти – управління номером (Alexa, Google Assistant).
5. Імерсивні технології (VR/AR)	- віртуальні тури по готелях, музеях (Oculus VR); - доповнена реальність для навігації та екскурсій (Google Lens, AR City).
6. Блокчейн-технології	- прозорість транзакцій; - захист персональних даних; - децентралізоване бронювання (Travala.com, Winding Tree).
7. Маркетингові цифрові інструменти	- соціальні медіа (Instagram, TikTok); - контент-маркетинг (відео, блоги, подкасти); - інфлюенсер-маркетинг.

Складено автором за матеріалами: [15, 16]

У підсумку, всі ці технології не лише підвищують якість туристичних послуг, а й формують нову модель взаємодії між туристами, компаніями та дестинаціями, що потребує глибокого наукового осмислення та адаптації управлінських стратегій.

### **1.3. Науково-методичні підходи до аналізу впливу цифрових технологій на діяльність туристичної сфери**

Впровадження цифрових технологій у туристичну сферу має складний і багатовимірний характер, що потребує глибокого науково-методичного осмислення. У сучасній науковій літературі окреслено низку підходів, які дозволяють комплексно дослідити процеси цифрової трансформації галузі [11, с. 114].

1. Системний підхід передбачає розгляд туризму як інтегрованої соціально-економічної системи, де цифрові інструменти виступають каталізаторами змін. Такий підхід дає змогу аналізувати взаємодію між учасниками ринку, а також оцінити вплив цифрових рішень на управлінські процеси, маркетингову діяльність, логістику та обслуговування клієнтів.

2. Інноваційно-технологічний підхід фокусується на вивченні сучасних цифрових інструментів – зокрема, штучного інтелекту, технологій обробки великих даних (Big Data), CRM-систем, мобільних застосунків, віртуальної та доповненої реальності, блокчейн-рішень і онлайн-платформ. Ці технології сприяють покращенню якості туристичних послуг, їх персоналізації та автоматизації.

3. Культурологічний і поведінковий підхід досліджує зміни у споживчій поведінці туристів, що виникають під впливом цифровізації. Сучасні мандрівники очікують миттєвого доступу до інформації, активно

користуються мобільними сервісами, онлайн-бронюванням, віртуальними турами та орієнтуються на відгуки в соціальних мережах.

4. Економіко-статистичний підхід дозволяє здійснювати кількісну оцінку ефективності цифрових технологій у туризмі. Він охоплює аналіз таких показників, як прибутковість, продуктивність, охоплення ринку, а також використання індикаторів цифрової трансформації.

5. Просторово-картографічний підхід застосовується для дослідження кластеризації туристичних локацій, управління регіональними туристичними системами та створення цифрових екосистем у сфері туризму.

Окремо зазначимо SWOT-аналіз і стратегічне планування, які дають змогу виявити сильні та слабкі сторони цифровізації, оцінити потенційні можливості та ризики для туристичних підприємств, а також розробити ефективні стратегії цифрової трансформації.

Комплексне застосування зазначених підходів забезпечує всебічне розуміння процесів цифровізації в туризмі та сприяє прийняттю обґрунтованих управлінських рішень.

Цифровізація туристичної сфери є складним процесом, що охоплює технологічні, соціальні, економічні та управлінські аспекти. Для її аналізу в наукових дослідженнях застосовується низка методологічних підходів, які дозволяють комплексно оцінити вплив цифрових технологій на галузь.

Перш за все, теоретико-методологічні основи цифровізації туризму, як зазначає Михайло Шевелюк, базуються на використанні теоретичних і емпіричних методів гуманітарних наук [21]. До них належать логічний і культурологічний аналіз, а також загальнонаукові методи – індукція, дедукція, аналіз і синтез. Застосування цих методів дозволяє виявити глобальні тенденції цифровізації, визначити пріоритетні напрями розвитку туристичної галузі та оцінити виклики, що постають перед регіонами.

У свою чергу, смарт-технології розглядаються як ключові чинники трансформації туристичних послуг. У статті Омельчака Г. акцентується увага на таких інструментах, як мобільні додатки, CRM-системи, Big Data, штучний інтелект, технології доповненої та віртуальної реальності (AR/VR), а також блокчейн. Методологія дослідження включає аналіз їхнього впливу на поведінку споживачів і операційну діяльність туристичних компаній [23].

Цифровізація також розглядається в контексті Індустрії 4.0, як зазначає А. С. Осіпчук [24]. У цьому підході застосовується аналіз технологічних мегатрендів, оцінка відповідності цифрових рішень стандартам четвертої промислової революції, а також моделювання smart-туристичних продуктів і технологічних платформ. Це дозволяє інтегрувати туризм у глобальні процеси цифрової трансформації.

Окрему увагу приділено репутаційному менеджменту, де цифрові технології виступають як інструмент управління іміджем туристичних дестинацій. До методів аналізу належать створення моделей репутаційних стратегій, адаптація контенту до цільових аудиторій через цифрові канали, а також формування бази лояльних клієнтів.

Таким чином, цифровізація туризму – це не лише технологічне оновлення, а й глибокий соціокультурний та економічний процес, що потребує міждисциплінарного підходу до дослідження. Її аналіз здійснюється через низку науково-методичних підходів: системний, інноваційно-технологічний, поведінковий, економіко-статистичний, а також у контексті Індустрії 4.0 та репутаційного менеджменту. Смарт-технології, такі як мобільні додатки, штучний інтелект, Big Data, AR/VR і блокчейн, виступають ключовими чинниками трансформації галузі. Комплексне застосування цих підходів дозволяє глибше зрозуміти цифрові зміни та сприяє формуванню ефективних стратегій розвитку туристичної сфери.

## **РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ**

### **2.1. Аналіз умов та чинників розвитку цифрових технологій в сфері туризму в Україні**

У сучасних умовах цифрова трансформація стала ключовим чинником розвитку туристичної галузі. Туризм дедалі більше інтегрується з інформаційними технологіями, що змінює способи планування подорожей, взаємодії з туристичними об'єктами та організації сервісу. Цей процес зумовлений низкою чинників, серед яких провідну роль відіграють технологічні, соціальні та економічні аспекти.

На розвиток цифрових технологій в сфері туризму в Україні впливають певні фактори. До технологічних чинників належать широке впровадження онлайн-платформ для бронювання, мобільних додатків з інтерактивними картами, віртуальних турів, CRM-систем для управління туристичними об'єктами, а також технологій Інтернету речей (IoT), що забезпечують автоматизацію обслуговування [31]. Соціальні чинники включають зростання цифрової грамотності населення, потребу у доступній інформації про безпечні маршрути та зміну поведінки туристів, які дедалі частіше користуються онлайн-сервісами. Економічні чинники проявляються у зниженні витрат на персонал, підвищенні ефективності маркетингу завдяки аналітиці даних та можливості залучення іноземних туристів через цифрові канали.

Розглянемо зазначені чинники детальніше в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

## Чинники розвитку цифрових технологій в сфері туризму

Чинники	Основні аспекти
Технологічні	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Онлайн-платформи для бронювання (Booking, EasyWay).</li> <li>- Мобільні додатки з інтерактивними картами, AR/VR-екскурсіями.</li> <li>- Віртуальні тури (Ukraine 360°, War.City).</li> <li>- CRM-системи для управління готелями.</li> <li>- IoT (Інтернет речей) – автоматизація готельного сервісу.</li> </ul>
Соціальні	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Зростання цифрової грамотності населення.</li> <li>- Потреба у доступній інформації про безпечні маршрути.</li> <li>- Зміна поведінки туристів – орієнтація на онлайн-сервіси.</li> </ul>
Економічні	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Зниження витрат на персонал завдяки автоматизації.</li> <li>- Підвищення ефективності маркетингу через аналітику даних.</li> <li>- Можливість залучення іноземних туристів через цифрові канали.</li> </ul>

Складено автором за матеріалами: [31]

Доповнюючи матеріал таблиці 2.1, зазначимо, що основними технологічними чинниками цифровізації є онлайн-платформи для бронювання та планування маршрутів (наприклад, Booking, EasyWay), мобільні додатки з інтерактивними картами та AR/VR-екскурсіями, віртуальні тури, CRM-системи для управління готелями, а також технології Інтернету речей (IoT), які дозволяють автоматизувати обслуговування клієнтів [33].

Соціальні чинники включають зростання цифрової грамотності населення, потребу у доступній інформації про безпечні маршрути, а також зміну поведінки туристів, які все частіше обирають онлайн-сервіси для планування подорожей. Економічні чинники проявляються у зниженні витрат на персонал завдяки автоматизації, підвищенні ефективності маркетингу через аналітику даних та можливості залучення іноземних туристів через цифрові канали [30].

Прикладами успішного впровадження цифрових технологій є мережа Premier Hotels & Resorts, яка використовує IoT, штучний інтелект та автоматизовані системи бронювання; музей у Пирогові, що застосовує AR/VR для інтерактивних екскурсій; а також проєкт «Save Ukrainian Heritage», який створив цифрову платформу для збору коштів на відновлення культурних пам'яток [41].

Розвиток цифрових технологій у туристичній сфері України відбувається в умовах як сприятливих, так і обмежувальних факторів. Серед позитивних умов варто відзначити високий рівень проникнення інтернету, який охоплює навіть сільські території, що створює передумови для доступу до онлайн-сервісів широкому колу населення. Після пандемії COVID-19 та в умовах війни зросла потреба у безпечному, індивідуальному туризмі, що стимулює попит на цифрові рішення – від онлайн-бронювання до віртуальних турів.

Важливу роль відіграє підтримка міжнародних донорів і проєктів цифровізації, таких як «Visit Ukraine» та «Ukraine 360°», які сприяють популяризації українських туристичних об'єктів у цифровому форматі [44, 45]. Крім того, великі міста активно впроваджують smart-туристичні платформи, зокрема Lviv City Card та Kyiv Smart City, що забезпечують інтеграцію цифрових сервісів для туристів [35, 36].

Водночас існують і серйозні обмеження. Війна призвела до руйнування інфраструктури та зменшення туристичних потоків, особливо іноземних. Багато підприємств стикаються з фінансовими труднощами, що ускладнює впровадження IT-рішень. Також спостерігається нерівномірний розвиток: великі міста мають більше можливостей для цифровізації, ніж сільські громади.

Якщо аналізувати кількісні фактори, які дали поштовх розвитку цифрових технологій в сфері українського туризму, варто виокремити

вплив кількості туристів, туристичних компаній та рівня доходів від туризму.

На рис. 2.1 розглянемо кількість туристів в Україні.

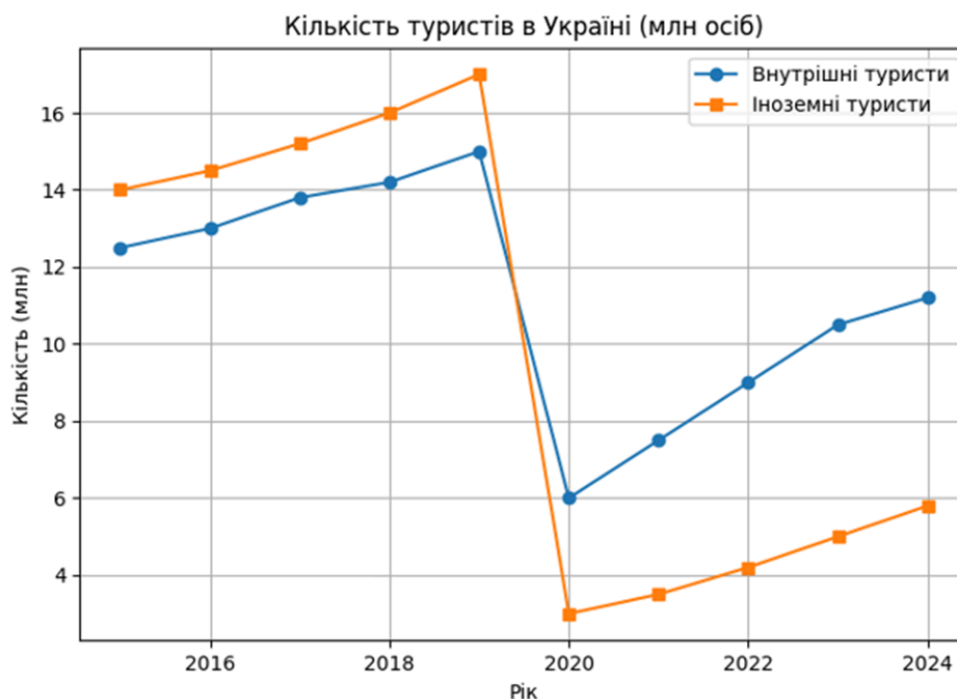


Рис. 2.1. Кількість туристів в Україні (млн. осіб) [20]

Доповнюючи інформацію на рисунку 2.1 зазначимо, що до 2019 року туристична індустрія України демонструвала стабільне зростання як у внутрішньому, так і в міжнародному напрямках. Внутрішній туризм активно розвивався завдяки популяризації національних маршрутів, покращенню транспортної інфраструктури, підвищенню якості обслуговування та залученню місцевих громад до створення туристичних продуктів. Іноземний туризм також набував обертів, особливо після запровадження безвізового режиму з Європейським Союзом у 2017 році, що значно полегшило в'їзд для туристів з країн ЄС. Україна почала позиціонувати себе як доступна, культурно насичена та гостинна країна, що сприяло зростанню туристичних потоків.

У 2020–2021 роках галузь зіткнулася з серйозними викликами. Пандемія COVID-19 спричинила глобальні обмеження на пересування,

закриття кордонів, скасування масових заходів і загальне зниження попиту на подорожі. Це призвело до суттєвого скорочення кількості туристів – як внутрішніх, так і іноземних. У 2022 році ситуація ще більше ускладнилася через початок повномасштабної війни, що зробило більшість територій України небезпечними для туристичних поїздок, особливо для іноземних гостей.

Незважаючи на це, з другої половини 2022 року почалося поступове відновлення внутрішнього туризму. Українці стали більше подорожувати у межах безпечних регіонів, з'явилися нові формати туризму – волонтерський, патріотичний, культурно-освітній. Туристичні ініціативи адаптувалися до нових умов, зокрема через цифровізацію сервісів, розвиток локальних маршрутів та підтримку малого бізнесу.

Отже, кількість туристів в Україні є показником, що чутливо реагує на зовнішні обставини, але водночас демонструє здатність до відновлення завдяки внутрішнім ресурсам, гнучкості галузі та підтримці з боку держави й міжнародних партнерів.

На рис. 2.2 розглянемо кількість туристичних підприємств України.

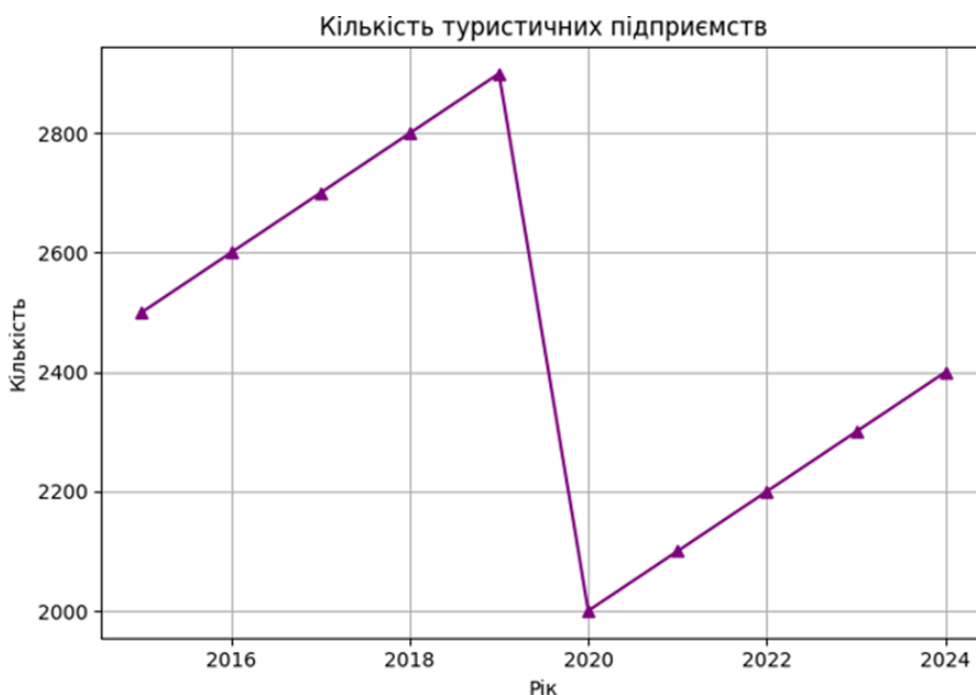


Рис. 2.2. Кількість туристичних підприємств України [20]

До 2019 року в Україні спостерігалось поступове зростання кількості туристичних підприємств. Це зростання охоплювало як великі готельні комплекси, так і малі приватні ініціативи – туроператорів, екскурсійні бюро, садиби сільського зеленого туризму. Особливо активною була участь малого бізнесу, який розвивався у регіонах із туристичним потенціалом, зокрема в Карпатах, на Поділлі, у прибережних районах Чорного моря.

Однак у 2020–2021 роках галузь зазнала серйозного удару через пандемію COVID-19. Карантинні обмеження, закриття кордонів і скасування масових заходів призвели до масового закриття туристичних підприємств. Частина бізнесів була змушена тимчасово призупинити діяльність, інші – повністю зникли з ринку. Водночас деякі підприємства адаптувалися до нових умов, перейшовши в онлайн-формат або змінивши профіль діяльності (наприклад, на доставку їжі, онлайн-екскурсії тощо).

На рис. 2.3 розглянемо обсяг доходів від туризму.



Рис. 2.3. Обсяг доходів від туризму в Україні [20]

З 2022 року, попри виклики, пов'язані з повномасштабною війною, спостерігається стабілізація ситуації та навіть нове зростання кількості туристичних ініціатив. У безпечніших регіонах почали з'являтися нові проєкти, зокрема в галузі агротуризму, етнотуризму та цифрових туристичних сервісів. Важливу роль у цьому процесі відіграють державні та міжнародні програми підтримки, гранти, а також ініціативи з релокації бізнесу з постраждалих територій.

Доцільно стверджувати, що цифрова трансформація туристичної галузі України тісно пов'язана з такими ключовими показниками, як кількість туристів, обсяг доходів та стан туристичних підприємств. Ці фактори не лише відображають загальний розвиток індустрії, а й виступають рушіями її адаптації до нових умов через впровадження цифрових рішень через наступні причини:

По перше, у період 2020–2021 років, на тлі пандемії та війни, кількість туристів різко скоротилася, і цифрові інструменти стали критично важливими для підтримки зв'язку з клієнтами, просування безпечних маршрутів та збереження інтересу до подорожей. Віртуальні тури та онлайн-екскурсії стали альтернативою традиційному туризму.

По друге, скорочення кількості компаній у кризові роки призвело до переосмислення бізнес-моделей: багато підприємств перейшли в онлайн, змінили формат роботи або об'єдналися у цифрові екосистеми. Починаючи з 2022 року, зі стабілізацією ситуації, нові гравці ринку активно впроваджують цифрові інструменти вже на старті – від реєстрації до просування послуг. Це сприяє формуванню нової цифрової культури в туризмі, де технології відіграють ключову роль у забезпеченні конкурентоспроможності.

По третє, під час кризи доходи суттєво зменшилися, що змусило бізнес шукати більш ефективні та економічні рішення. Цифрові технології

стали засобом оптимізації витрат, збереження клієнтської бази та виходу на нові ринки, зокрема через онлайн-маркетинг і соціальні мережі [21].

Таким чином, туристична галузь України демонструє стійкість і здатність до адаптації, а цифровізація та підтримка малого бізнесу стають ключовими чинниками її відновлення.

У перспективі очікується подальший розвиток smart-туризму, впровадження персоналізованих сервісів, використання великих даних (big data) та штучного інтелекту [21]. Важливим напрямом є інтеграція українських туристичних сервісів з міжнародними платформами, а також розвиток цифрової дипломатії – формування позитивного іміджу України через віртуальні тури та цифрові культурні ініціативи.

## **2.2. Аналіз сучасного стану розвитку цифрових технологій в туристичній галузі України**

Станом на 2025 рік цифрові технології стали ключовим елементом туристичної індустрії України, змінюючи підходи до організації подорожей, комунікації з туристами та охорони культурної спадщини. Попри складні умови, спричинені війною, цифровізація відкриває нові горизонти для розвитку як внутрішнього, так і міжнародного туризму.

Потенціал цифрової трансформації туризму в Україні обумовлюється наступними чинниками [6]:

### *1. Розвиток віртуального туризму.*

В умовах війни та обмеженого фізичного доступу до культурних об'єктів, цифрові рішення – як-от 3D-сканування, відеоекскурсії, аудіогіди – дозволяють зберігати інтерес до української спадщини та робити її доступною для глобальної аудиторії.

### *2. Інноваційні технології.*

Впровадження VR/AR, панорамних проєкцій, інтерактивних шоу, мобільних додатків створює нові формати взаємодії з туристичними атракціями.

### 3. Підвищення якості послуг.

Цифрові сервіси дозволяють персоналізувати досвід туриста, спростити бронювання, надати онлайн-підтримку та рекомендації.

### 4. Конкурентоспроможність на світовому ринку.

Завдяки цифровим інструментам Україна може просувати свої туристичні продукти на міжнародному рівні, навіть за умов обмеженого фізичного туризму.

У таблиці 2.2 розглянемо умови цифрової трансформації туристичної сфери України.

Таблиця 2.2

#### Основні умови цифрової трансформації туристичної сфери України

Умова	Основні аспекти
Технологічні умови	1. Інноваційні рішення: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Онлайн-платформи для бронювання (наприклад, Booking.com.ua).</li> <li>• Мобільні додатки для навігації, бронювання, аудіогідів.</li> <li>• Віртуальні тури (проєкти Ukraine 360°, Війна Впритул).</li> <li>• Доповнена та віртуальна реальність у музеях та екскурсіях</li> </ul>
	2. Смарт-технології: <ul style="list-style-type: none"> <li>• CRM-системи для управління туристичними підприємствами.</li> <li>• Інтернет речей (IoT) для контролю енергоспоживання та безпеки.</li> <li>• Аналітичні платформи (Kyiv Smart City, Lviv City Card) для моніторингу туристичних потоків</li> </ul>
Соціально-економічні умови	1. Війна як каталізатор змін: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Руйнування фізичної інфраструктури стимулює розвиток цифрових альтернатив.</li> <li>• Віртуалізація туризму дозволяє зберігати культурну спадщину та підтримувати інтерес до України</li> </ul>

	2. Підвищення безпеки: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Цифрові карти та кадастри рекреаційних територій для безпечного планування маршрутів.</li> <li>• Онлайн-інформування про безпечні зони та сервіси</li> </ul>
Стратегічні умови	1. Післявоєнне відновлення: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Створення стратегічної матриці для цифровізації туризму на деокупованих територіях.</li> <li>• Пріоритет на віртуальні подорожі як тимчасову альтернативу фізичному туризму</li> </ul>
	2. Міжнародна інтеграція: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Цифрові продукти дозволяють Україні бути присутньою в глобальному інформаційному просторі.</li> <li>• Crowdfunding-проекти для відновлення культурних пам'яток (наприклад, Save Ukrainian Heritage)</li> </ul>

Складено автором за матеріалами: [6]

Отже, справедливим є те, що цифрова трансформація туристичної галузі України є важливим етапом модернізації, який відбувається в умовах війни, економічної нестабільності та глобальних технологічних змін. Вона спрямована на підвищення ефективності туристичних послуг, збереження культурної спадщини та інтеграцію України в міжнародний туристичний простір.

З таблиці 2.2 бачимо, що однією з ключових умов цифрової трансформації є впровадження сучасних технологій. Онлайн-платформи для бронювання, мобільні додатки, віртуальні тури та аудіогіди дозволяють туристам планувати подорожі без фізичної присутності. Віртуальна та доповнена реальність активно використовуються в музеях, історичних об'єктах та екскурсійних маршрутах, що сприяє популяризації української культури навіть у період обмеженого доступу до багатьох регіонів.

Війна стала каталізатором цифрових змін. Через руйнування інфраструктури та небезпеку фізичних подорожей, туристичні підприємства змушені шукати нові формати взаємодії з клієнтами. Зокрема, створюються цифрові карти безпечних маршрутів,

онлайн-сервіси для інформування про ситуацію в регіонах, а також платформи для віртуального відвідування пам'яток, які постраждали або знаходяться в зоні бойових дій.

Соціально-економічні умови також відіграють важливу роль. Післявоєнне відновлення передбачає створення стратегій цифровізації туризму на деокупованих територіях. Це включає розробку цифрових продуктів, які дозволяють зберегти культурну спадщину, залучити інвестиції та підтримати місцеві громади. Водночас цифрові рішення сприяють підвищенню безпеки туристів, оптимізації витрат та покращенню якості обслуговування [9].

Міжнародна інтеграція є ще одним важливим чинником. Цифрові інструменти дозволяють Україні бути присутньою на глобальному туристичному ринку, брати участь у міжнародних проєктах, залучати іноземних туристів та інвесторів. Crowdfunding-платформи, цифрові кампанії з популяризації української культури та онлайн-тури сприяють формуванню позитивного іміджу країни [9].

Таким чином, цифрова трансформація туристичної галузі України – це не лише вимушена адаптація до нових реалій, а й стратегічна можливість для сталого розвитку, інновацій та глобальної інтеграції. Вона дозволяє зберегти туристичний потенціал країни, навіть у найскладніших умовах, і створити фундамент для майбутнього зростання.

Одним із провідних напрямів є активне використання онлайн-інструментів для бронювання житла, екскурсій, квитків та побудови маршрутів. Такі сервіси, як Visit Ukraine, EasyWay, Lviv City Card і Kyiv Smart City, надають мандрівникам доступ до актуальної інформації щодо транспорту, безпеки, культурних заходів та туристичних локацій [23, с. 107].

Інноваційні рішення, зокрема доповнена реальність (AR) і віртуальна реальність (VR), дедалі частіше застосовуються в музеях,

історичних місцях та екскурсійних програмах. Наприклад, проєкти Ukraine 360° і War City дають змогу здійснювати віртуальні подорожі по визначних місцях України, включаючи території, що постраждали від бойових дій – це особливо актуально в умовах обмеженого фізичного туризму [44].

Готельна індустрія також активно інтегрує цифрові рішення: автоматизовані системи управління, використання штучного інтелекту (AI) для персоналізованого обслуговування та технології Інтернету речей (IoT) для оптимізації внутрішніх процесів стали нормою для сучасних готелів, таких як мережа Premier Hotels & Resorts.

Окрему увагу приділяють цифровому збереженню культурної спадщини. Завдяки 3D-скануванню, створенню цифрових архівів та інтерактивним виставкам українські музеї та культурні установи не лише зберігають, а й популяризують національні цінності серед світової аудиторії [41].

Узагальнимо зазначені цифрові рішення в сфері туризму України в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

#### Приклади успішних цифрових рішень в сфері туризму України

Технологія / Платформа	Короткий опис
Ukraine 360°	Віртуальні екскурсії по визначних місцях України
War City	VR-тури по зонах бойових дій
Premier Hotels & Resorts	Автоматизовані системи бронювання, IoT, AI
Museum of Folk Architecture (Пирогів)	AR/VR для інтерактивних виставок
Visit Ukraine	Інформація про безпечні маршрути, сервіси
Lviv City Card	Аналітика туристичних потоків
Kyiv Smart City	Планування міських заходів на основі даних

Складено автором за матеріалами: [41, 44, 45, 46]

Розглянувши табл. 2.2, доцільно детально проаналізувати кожне цифрове рішення та надати йому загальну оцінку.

### 1. Проект Ukraine 360°.

Проект Ukraine 360° – це сучасна цифрова ініціатива, спрямована на популяризацію туристичних, культурних та історичних об'єктів України за допомогою технологій віртуальної реальності та панорамної зйомки. Його головна мета – зробити Україну доступною для віртуального відвідування, незалежно від фізичних чи географічних обмежень, особливо в умовах війни.

Цифрові тури сприяють збереженню культурної спадщини, адже дозволяють зафіксувати стан об'єктів у цифровому форматі, що є важливим у контексті воєнних руйнувань. Крім того, вони відкривають Україну для міжнародної аудиторії, формуючи позитивний імідж країни як цікавої та багатой на історію туристичної дестинації [44].

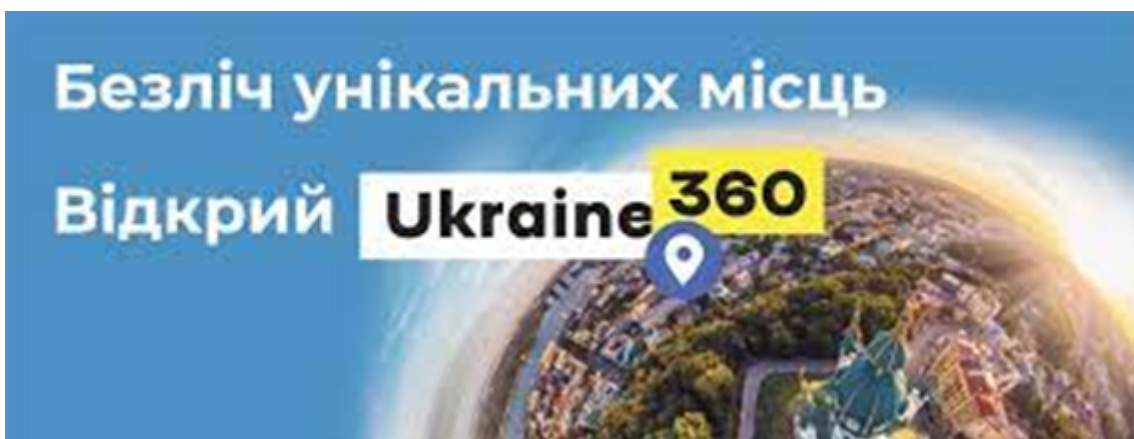


Рис.2.4. Проект Ukraine 360°

Основні характеристики проекту Ukraine 360° [44]:

- 1) Інтерактивні 360° панорами: користувачі можуть переглядати локації з усіх боків, наближати деталі, переміщатися між точками огляду.
- 2) Віртуальні тури по містах і пам'ятках.

3) Доступ через платформу 360Cities: глобальний сервіс, який об'єднує VR-фотографів і дозволяє створювати та публікувати високоякісні віртуальні тури.

4) Освітній та туристичний потенціал: проєкт корисний для шкіл, університетів, туристичних компаній, а також для популяризації України за кордоном.

## *2. Проєкт War City.*

War City – це інноваційна українська ініціатива, яка за допомогою сучасних цифрових технологій, таких як віртуальна реальність (VR), панорамна зйомка 360°, аерозйомка та 3D-моделювання, демонструє світові масштаби руйнувань, спричинених російським вторгненням. Основна мета проєкту – зберегти історичну пам'ять про трагедію, яку переживає Україна, та донести правду про війну через максимально реалістичні візуальні засоби [46].



Рис.2.5. Проєкт War City

Цей цифровий ресурс переносить глядача у зруйновані українські міста – Київ, Бучу, Ірпінь, Бородянку, Гостомель, Харків, Чернігів – де можна побачити наслідки обстрілів, знищену інфраструктуру, обгорілі будівлі та залишки культурних пам'яток. Завдяки VR-окулярам або інтерактивному перегляду на сайті, користувачі мають змогу відчутти атмосферу війни, ніби перебуваючи безпосередньо на місці подій.

Ініціаторами проєкту виступили команди *Discover.ua* та *FreegenGroup*, а зйомки здійснює фотожурналіст Микола Омельченко – перший сертифікований фотограф Google в Україні. Зйомки часто проводяться в небезпечних умовах, щоб зафіксувати реальні масштаби руйнувань [46].

Окрім віртуальних турів, War City реалізує створення VR-музеїв пам'яті війни у співпраці з державними структурами, зокрема Київською обласною адміністрацією. Такі музеї не лише демонструють наслідки вторгнення, а й дозволяють зберегти цифрові копії культурних об'єктів, які були пошкоджені або знищені.

Проєкт має також прикладне значення – його матеріали використовуються рятувальниками, архітекторами, істориками та правозахисниками. 3D-моделі допомагають у розборі завалів, оцінці технічного стану споруд та фіксації військових злочинів.

Значення War City для України та світу проявляється в наступних аспектах:

- 1) Інструмент цифрової пам'яті – збереження історії для майбутніх поколінь.
- 2) Міжнародна адвокація – візуальні докази злочинів, доступні для світової спільноти.
- 3) Освітній ресурс – використовується в школах, музеях, медіа.
- 4) Туристичний потенціал – формує новий напрямок «військового туризму» у форматі VR.

### *3. Проєкт Visit Ukraine.*

Visit Ukraine – це національна онлайн-платформа, створена для підтримки туристів, іноземців, волонтерів, журналістів та українців, які планують подорожі в межах країни або за її межами. У період війни вона стала ключовим джерелом актуальної інформації, сервісів та рекомендацій, що забезпечують безпеку та комфорт під час пересування.

Портал надає інформацію про правила перетину кордону, умови в'їзду та виїзду, відкриті пункти пропуску, а також перелік необхідних документів. Це особливо важливо для іноземних громадян, які хочуть відвідати Україну з гуманітарною, волонтерською або журналістською метою [45].



Рис.2.6. Проект Visit Ukraine

Крім інформаційної функції, Visit Ukraine пропонує цифрові сервіси, серед яких:

- оформлення медичного страхування з покриттям воєнних ризиків;
- автострахування (зелена картка, ОСЦПВ);
- юридичні консультації з питань міграції, нерухомості, бізнесу;
- онлайн-бронювання готелів, екскурсій, квитків.

Платформа також забезпечує цілодобову підтримку користувачів через гарячу лінію та онлайн-чат, доступний кількома мовами, включаючи українську, англійську та російську.

Особливу увагу Visit Ukraine приділяє безпеці туристів. Портал інтегрує корисні додатки, такі як *Air Alert* (сповіщення про повітряні тривоги), *Kyiv Digital* (міські сервіси), а також сервіси навігації та

доставки – *Google Maps, Bolt, Uklon, Glovo*. Крім того, через платформу можна отримати доступ до державних послуг через застосунок *Дія*.

Visit Ukraine виконує також соціальну та культурну місію – підтримує волонтерські тури до деокупованих територій, популяризує культурні маршрути, проводить інформаційні кампанії для іноземців про реалії життя в Україні під час війни.

Завдяки доступності, оперативному оновленню даних та широкому спектру послуг, Visit Ukraine стала надійним цифровим помічником для всіх, хто планує подорожі Україною в умовах нестабільності [45].

#### 4. Туристична картка *Lviv City Card*.

*Lviv City Card* – це спеціально розроблена туристична картка, яка надає гостям Львова доступ до широкого спектра культурних, історичних та розважальних локацій міста. Ініціатива реалізована Львівською міською радою у партнерстві з музеями, театрами, ресторанами та іншими туристичними об'єктами, з метою зробити перебування у Львові максимально комфортним, вигідним і насиченим [36].



Рис.2.7. Туристична картка *Lviv City Card*

Картка дозволяє безкоштовно відвідувати понад 15 музеїв, включаючи найпопулярніші культурні установи міста. Вона також надає право на безкоштовний підйом на вежу Львівської ратуші – одну з

найвідоміших оглядових точок Львова, а також на участь у захоплюючій екскурсії на Чудо-поїзді, що особливо подобається сім'ям з дітьми.

Окрім безкоштовного доступу до локацій, власники Lviv City Card отримують знижки у численних закладах – ресторанах, кав'ярнях, готелях, сувенірних крамницях, театрах та галереях. Це дозволяє суттєво зекономити на витратах під час подорожі.

Картка доступна у трьох форматах – на 24, 48 або 72 години. Вона активується автоматично при першому використанні, і може бути як фізичною, так і електронною (через мобільний додаток). Додаток містить інтерактивну карту міста, опис локацій, графіки роботи та персоналізовані рекомендації.

Особливістю Lviv City Card є її інклюзивність – діти до 13 років можуть безкоштовно відвідувати об'єкти разом із дорослим власником картки. Крім того, вона дозволяє уникнути черг та отримати ексклюзивні пропозиції, недоступні для інших туристів. Ця картка стала першою в Україні, що увійшла до європейської мережі міських туристичних карток, що сприяє міжнародному просуванню Львова як привабливої туристичної дестинації [36].

##### *5. Стратегічна ініціатива Kyiv Smart City.*

Kyiv Smart City – це стратегічна ініціатива, спрямована на впровадження інноваційних технологій у всі ключові сфери міського життя та внутрішнього туризму (туристичних заходів). Її головна мета – створити комфортне, безпечне, прозоре та екологічно відповідальне середовище, яке відповідає потребам мешканців і гостей столиці.



Рис.2.8. Емблема стратегічної ініціативи Kyiv Smart City

Проект реалізується через співпрацю міської влади, бізнесу, громадських організацій та активістів. Основні принципи – відкритість даних, доступність цифрових сервісів, участь громадян у прийнятті рішень та ефективне управління міськими ресурсами [35].

Основні напрямки діяльності Kyiv Smart City:

1. Kyiv Smart Mobility – розвиток транспортної інфраструктури, впровадження електронних квитків, оптимізація дорожнього руху.
2. Kyiv Smart Safe – підвищення безпеки міського середовища, відеоспостереження, контроль роботи комунальних служб.
3. Kyiv Smart E-Dem – електронна демократія: участь громадян у прийнятті рішень через онлайн-інструменти (громадський бюджет, петиції).
4. Kyiv Smart Environment – екологічні рішення: моніторинг якості повітря, управління відходами, енергоефективність.
5. Kyiv Smart School – освітні платформи, цифрові курси, хакатони для школярів.
6. Kyiv Smart Innovation – створення нових міських сервісів, акселерація стартапів.

7. Kyiv Smart Guide – цифровий путівник по Києву з рекомендаціями, мапами, сервісами.

Kyiv Smart City активно співпрацює з іншими містами України та міжнародними партнерами, впроваджуючи європейські стандарти цифрового управління. Ініціатива стала прикладом того, як технології можуть змінити міське життя, зробити його більш прозорим, ефективним і зручним для кожного мешканця та туриста [35].

Таким чином, розглянувши основні цифрові рішення в сфері туризму України, зазначимо, що ініціативи на кшталт Ukraine 360° та War City демонструють, як віртуальні тури, 3D-моделювання та VR-технології можуть зберігати культурну спадщину, документувати історичні події та забезпечувати доступ до туристичних об'єктів у цифровому форматі. Вони стали не лише інструментами для подорожей, а й засобами меморіалізації, освіти та міжнародної комунікації. Цифрові платформи, такі як Visit Ukraine, Lviv City Card та Kyiv Smart City, забезпечують туристам доступ до актуальної інформації, сервісів, безпеки та знижок. Вони інтегрують мобільні додатки, онлайн-бронювання, електронні квитки, навігацію та багатомовну підтримку, що робить подорожі зручними та доступними навіть у складних умовах.

Зазначені проєкти та ініціативи фінансуються з кількох джерел, що охоплюють як державну підтримку, так і міжнародні гранти та приватні інвестиції, адже цей напрям є стратегічно важливим для країни, особливо в умовах післявоєнного відновлення та підготовки до майбутнього “туристичного буму”.

Ключову роль у цифровізації туризму відіграє Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ). Воно має окремий підрозділ, який займається цифровими трансформаціями у сфері туризму. Серед основних напрямів роботи – створення цифрових платформ, інтеграція туристичних

об'єктів у національні та міжнародні онлайн-системи, а також підтримка регіональних ініціатив.

У рамках національної стратегії цифрової трансформації, туризм визначено як один із пріоритетних секторів. Це дозволяє залучати бюджетні кошти на розробку цифрових сервісів, таких як інтерактивні мапи, мобільні додатки, системи аналітики туристичних потоків тощо.

Важливим джерелом фінансування є міжнародні донори та програми технічної допомоги [27]:

- EU4Business та USAID підтримують цифрові стартапи в туризмі через грантові конкурси;
- Європейська інноваційна рада (EIC) фінансує проекти, що поєднують туризм і новітні технології;
- проекти на кшталт "Ukraine 360°" створюють віртуальні тури історичними місцями України за підтримки міжнародних партнерів.

Такі програми дозволяють українським організаціям отримувати кошти на розробку AR/VR-рішень, цифрових гідів, платформ бронювання та інших інновацій.

Українські компанії також активно інвестують у цифровізацію. Як було зазначено попередньо, готельні мережі, туристичні агентства та ІТ-компанії впроваджують:

- системи автоматизації обслуговування клієнтів;
- чат-боти для бронювання та консультацій;
- аналітичні панелі для управління туристичними потоками;
- додатки з доповненою реальністю (AR) для екскурсій.

Деякі стартапи отримують фінансування через акселератори або краудфандингові платформи, зокрема ті, що спрямовані на збереження культурної спадщини.

Вважаємо, що перспективи цифрового розвитку туристичної галузі залишаються обнадійливими. Очікується активізація співпраці між

державою та приватним сектором, створення єдиної національної туристичної платформи, підвищення цифрової компетентності підприємців та інтеграція українських сервісів у глобальні туристичні екосистеми.

### **2.3. Основні проблеми цифрової трансформації туристичної галузі України**

Цифрова трансформація туристичної галузі України стикається з низкою серйозних викликів, які уповільнюють її розвиток та знижують конкурентоспроможність на міжнародному ринку. Проблеми цифрової трансформації туристичної галузі обумовлені наявністю слабких сторін туристичної індустрії та зовнішніх загроз, які негативно впливають на розвиток цього напрямку. Вважаємо за доцільне розпочати дослідження проблем цифрової трансформації туристичної галузі України з SWOT та PEST-аналізу.

Проведення SWOT та PEST-аналізу цифрового простору туристичної галузі України є стратегічно важливим кроком у процесі її трансформації, особливо в умовах війни, економічної нестабільності та глобального переходу до цифрових технологій.

SWOT-аналіз дозволяє глибоко оцінити внутрішній стан галузі для аналізу потенціалу цифрової трансформації туристичної галузі. Він допомагає виявити сильні сторони, такі як наявність інноваційних рішень, активну участь ІТ-сектору та підтримку держави, а також слабкі місця – обмежений доступ до інтернету в окремих регіонах, недостатнє фінансування та низький рівень цифрової грамотності. Завдяки цьому аналізу можна визначити стратегічні пріоритети, ефективно розподілити ресурси та підготуватися до потенційних загроз, зокрема кіберризиків чи конкуренції з боку інших країн.

PEST-аналіз, у свою чергу, дає змогу оцінити зовнішнє середовище, в якому функціонує цифровий туризм для аналізу умов цифрової трансформації туристичної галузі. Політичні чинники, такі як війна та євроінтеграція, економічні – нестабільність і потреба у відновленні, соціальні – зміна поведінки туристів та зростання цифрової культури, а також технологічні – активне впровадження VR/AR, штучного інтелекту та мобільних додатків – усе це суттєво впливає на формування цифрового простору. PEST-аналіз дозволяє передбачити зміни, адаптуватися до нових умов і закласти основу для довгострокового стратегічного планування [2, с. 167].

У поєднанні ці два інструменти забезпечують комплексне бачення ситуації, підвищують ефективність управлінських рішень, сприяють залученню інвесторів та партнерів, а також формують чітку дорожню карту цифрової трансформації туристичної галузі України. В умовах післявоєнного відновлення та глобальної конкуренції такі аналітичні підходи є не просто корисними, а необхідними для сталого розвитку галузі.

Проаналізувавши таблицю 2.4, зазначимо, що сильні сторони, такі як активна участь ІТ-сектору, інноваційні рішення та підтримка держави, створюють сприятливе середовище для модернізації галузі. Водночас існують внутрішні обмеження – недостатня цифрова грамотність, слабка інфраструктура в окремих регіонах та нестача фінансування.

Зовнішні можливості відкривають перспективи інтеграції України у світовий туристичний ринок, розвитку внутрішнього туризму та залучення міжнародних партнерів. Проте загрози, пов'язані з війною, кібербезпекою та конкуренцією, потребують стратегічного управління та захисту цифрових ресурсів.

### SWOT-аналіз цифрового простору туристичної галузі України

<b>Сильні сторони</b>	<b>Слабкі сторони</b>
<p>Розвинена ІТ-інфраструктура: Україна має потужний ІТ-сектор, що сприяє впровадженню цифрових рішень у туризмі.</p> <p>Інноваційні проекти: віртуальні тури, мобільні додатки, цифрові карти, аудіогіди – активно впроваджуються в музеях, заповідниках, містах.</p> <p>Гнучкість бізнесу: туристичні компанії швидко адаптуються до нових цифрових форматів.</p> <p>Підтримка держави: ініціативи на рівні Мінцифри та ДАРТ (Державне агентство розвитку туризму) щодо цифровізації галузі.</p>	<p>Низький рівень цифрової грамотності серед частини населення.</p> <p>Обмежений доступ до інтернету в сільських та деокупованих регіонах.</p> <p>Недостатнє фінансування цифрових проектів у туризмі.</p> <p>Відсутність єдиної цифрової платформи для туристичних послуг на національному рівні.</p>
<b>Можливості</b>	<b>Загрози</b>
<p>Післявоєнне відновлення: цифрові рішення можуть стати основою для відновлення туристичної інфраструктури.</p> <p>Інтеграція у світовий ринок: онлайн-присутність дозволяє залучати іноземних туристів навіть без фізичних подорожей.</p> <p>Розвиток внутрішнього туризму: цифрові сервіси стимулюють інтерес до маловідомих регіонів.</p> <p>Співпраця з міжнародними платформами: можливість інтеграції з Booking, Airbnb, Google Travel тощо.</p>	<p>Військові дії та нестабільність: обмежують фізичний туризм і створюють ризики для інвесторів.</p> <p>Кіберзагрози: ризики витоку даних, хакерських атак на туристичні платформи.</p> <p>Конкуренція з боку інших країн: особливо в онлайн-просторі, де важко виділитися без значних інвестицій.</p> <p>Втрата культурної спадщини: руйнування об'єктів, які є основою для цифрового контенту.</p>

Складено автором

Загалом, цифрова трансформація туризму в Україні є не лише викликом, а й шансом для створення сучасної, гнучкої та конкурентоспроможної галузі, здатної адаптуватися до нових реалій та забезпечити сталий розвиток у майбутньому.

В таблиці 2.5 наведемо PEST-аналіз цифрового простору туристичної галузі України, який охоплює чотири ключові аспекти: політичні, економічні, соціальні та технологічні чинники.

Таблиця 2.5

## PEST-аналіз цифрового простору туристичної галузі України

<b>Політичні чинники</b>	<b>Економічні чинники</b>
<p>Військові дії та безпека: обмеження фізичного туризму стимулює розвиток цифрових альтернатив (віртуальні тури, онлайн-екскурсії).</p> <p>Державна підтримка цифровізації: програми Мінцифри, зокрема «Дія», сприяють розвитку цифрових сервісів.</p> <p>Євроінтеграція: гармонізація цифрових стандартів з ЄС відкриває доступ до нових ринків.</p> <p>Регуляторна база: потреба в оновленні законодавства щодо цифрових послуг у туризмі.</p>	<p>Зниження доходів через війну: цифрові рішення дозволяють зменшити витрати та зберегти бізнес.</p> <p>Інвестиції в IT-інфраструктуру: зростає попит на цифрові платформи, CRM-системи, аналітику.</p> <p>Гранти та міжнародна допомога: підтримка цифрових проєктів у сфері туризму.</p> <p>Зміна структури попиту: туристи більше орієнтуються на онлайн-досвід та безконтактні сервіси.</p>
<b>Соціальні чинники</b>	<b>Технологічні чинники</b>
<p>Зміна поведінки туристів: зростання популярності віртуальних подорожей, цифрових гідів.</p> <p>Цифрова грамотність населення: активне використання смартфонів, додатків, QR-кодів.</p> <p>Культурна спадщина онлайн: цифрові музеї, архіви, інтерактивні карти історичних місць.</p> <p>Потреба в безпеці та достовірності: туристи очікують прозорої інформації про ризики.</p>	<p>Розвиток AR/VR: інтерактивні екскурсії, віртуальні реконструкції пам'яток.</p> <p>Big Data та аналітика: прогнозування туристичних потоків, персоналізація сервісів.</p> <p>Інтеграція з платформами: Google Maps, TripAdvisor, Booking – як канали просування.</p> <p>Кібербезпека: захист персональних даних туристів та підприємств.</p>

Складено автором

Проаналізувавши таблицю 2.5, зазначимо, PEST-аналіз показує, що цифровий простір туристичної галузі України формується під впливом складних, але водночас перспективних зовнішніх факторів. Політична ситуація, зокрема війна та процеси євроінтеграції, створюють як виклики, так і можливості для цифровізації. З одного боку, бойові дії обмежують фізичний туризм, з іншого – стимулюють розвиток віртуальних форматів, цифрових платформ та онлайн-сервісів.

Економічні чинники, такі як нестабільність, дефіцит інвестицій та потреба у відновленні інфраструктури, вимагають ефективного

використання цифрових інструментів для оптимізації витрат і залучення нових джерел доходу. Соціальні аспекти – зростання цифрової грамотності, зміна поведінки туристів, популярність внутрішнього туризму – сприяють активному використанню онлайн-сервісів та мобільних додатків.

Технологічні фактори є найбільш сприятливими: Україна має потужний ІТ-сектор, високий рівень інноваційності та доступ до сучасних рішень, таких як віртуальна реальність, штучний інтелект, аналітика даних. Це дозволяє створювати конкурентоспроможні цифрові продукти, які можуть бути цікавими як для внутрішнього, так і для міжнародного ринку.

Загалом, цифровий простір туристичної галузі України має високий потенціал для розвитку, за умови стратегічного управління ризиками, підтримки з боку держави та активної інтеграції у глобальні цифрові екосистеми.

Проведені SWOT та PEST аналіз дають змогу виявити ключові проблеми, що потребують уваги як з боку держави, так і бізнесу.

Розглянемо зазначені у таблиці проблеми детальніше.

#### *1. Низький рівень цифрової грамотності персоналу.*

Працівники туристичних компаній часто не володіють необхідними навичками для ефективного використання сучасних цифрових інструментів – таких як системи онлайн-бронювання, CRM, аналітичні панелі чи мобільні додатки. Це призводить до того, що навіть найсучасніші технології не приносять очікуваних результатів, оскільки не використовуються належним чином. Наприклад, менеджер готелю може не вміти працювати з платформою Booking або не знати, як налаштувати рекламу в Google Ads.

Таблиця 2.6

## Основні проблеми цифрової трансформації туристичної галузі України

Проблема	Характеристика
1. Низький рівень цифрової грамотності персоналу	Багато працівників туристичних підприємств не мають достатніх навичок для роботи з сучасними цифровими інструментами – CRM-системами, мобільними додатками, аналітичними платформами
2. Недостатня інфраструктура	Відсутність стабільного інтернету, цифрових платформ, електронних сервісів у регіонах, особливо постраждалих від війни, ускладнює впровадження цифрових рішень
3. Вплив війни	Руйнування туристичних об'єктів, зниження туристичних потоків, обмеження доступу до культурних пам'яток – усе це змушує галузь шукати нові цифрові формати, як віртуальні тури
4. Проблеми з кібербезпекою та захистом персональних даних	Зростання обсягів онлайн-бронювань, використання чат-ботів і мобільних додатків вимагає високого рівня захисту даних, що часто не забезпечується належним чином
5. Висока вартість цифрових рішень	Впровадження інноваційних технологій (AR/VR, штучний інтелект, блокчейн) потребує значних інвестицій, які не всі підприємства можуть собі дозволити
6. Низький рівень інтеграції між платформами	Відсутність єдиної цифрової екосистеми для туристів – платформи часто не синхронізовані між собою, що ускладнює планування подорожей
7. Слабка аналітика та управління даними	Багато компаній не використовують потенціал Big Data для аналізу поведінки туристів, оптимізації маршрутів та персоналізації послуг

Складено на основі [27]

### *2-3. Недостатня цифрова інфраструктура через наслідки війни.*

Відсутність стабільного інтернет-зв'язку, сучасних платформ та електронних сервісів ускладнює інтеграцію цифрових рішень, таких як електронні квитки, онлайн-тури чи мобільні гіді. Наприклад, турист не може скористатися мобільним додатком для навігації, якщо в регіоні немає покриття 4G.

### *4. Ризик кіберзагроз.*

Туристичні компанії обробляють великі обсяги персональних даних – імена, паспортні дані, банківські реквізити – які потребують надійного захисту. Проте багато підприємств не мають належної політики безпеки

або не використовують базові засоби шифрування. Наприклад, сайт туристичної агенції без SSL-сертифікату є вразливим до хакерських атак.

#### *5. Висока вартість цифрових рішень.*

Впровадження інноваційних технологій – таких як доповнена реальність (AR), віртуальні тури (VR), штучний інтелект – потребує значних фінансових вкладень. Малий та середній бізнес часто не має достатніх ресурсів для реалізації таких проєктів. Наприклад, створення віртуального туру по музею може коштувати десятки тисяч гривень.

#### *6. Низький рівень інтеграції між платформами.*

Низький рівень інтеграції між платформами означає, що бронювання готелів, квитків та екскурсій здійснюється через різні ресурси, які не синхронізовані між собою. Наприклад, турист змушений бронювати готель на одному сайті, квитки – на іншому, а екскурсії – через третій додаток.

#### *7. Слабка аналітика та управління даними.*

Багато компаній не використовують потенціал даних для аналізу поведінки клієнтів, прогнозування попиту чи персоналізації послуг. Це призводить до втрати конкурентних переваг. Наприклад, турфірма не аналізує, які тури найпопулярніші серед клієнтів, і не адаптує свою пропозицію відповідно.

Варто зазначити, що війна в Україні справила глибокий негативний вплив на туристичну сферу. Значна частина туристичних об'єктів була зруйнована або стала недоступною, що призвело до різкого скорочення туристичних потоків та обмеження доступу до культурної спадщини. У відповідь на ці виклики галузь змушена адаптуватися, шукаючи нові формати взаємодії з туристами. Одним із таких рішень стали цифрові альтернативи – віртуальні тури, онлайн-екскурсії та інтерактивні музеї. Наприклад, замість фізичного відвідування історичного замку, турист може ознайомитися з його 3D-моделлю у віртуальному просторі.

Для подолання зазначених проблем необхідний комплексний підхід, який включає реалізацію освітніх програм для підвищення цифрової грамотності, державну підтримку галузі, інвестиції в розвиток цифрової інфраструктури, а також створення єдиної цифрової екосистеми, що об'єднуватиме всі елементи туристичного сервісу.

На рисунку 2.9 схематично зображені приклади наслідків проблем цифрової трансформації туристичної галузі України, які вже спостерігаються або можуть виникнути, якщо ситуація не зміниться.



Рис. 2.9. Можливі наслідки проблем цифрової трансформації туристичної галузі України [31]

З рисунку бачимо, що проблеми цифрової трансформації туристичної галузі України мають низку серйозних наслідків, які вже відчутні на практиці та можуть ще більше загостритись у майбутньому, якщо не вжити відповідних заходів.

Перш за все, відсутність зручних онлайн-сервісів призводить до втрати клієнтів і доходів. Туристи, які звикли до швидкого та комфортного планування подорожей через цифрові платформи, обирають країни з більш

розвиненою цифровою інфраструктурою. Це знижує кількість бронювань, продажів турів та екскурсій, що безпосередньо впливає на фінансові показники туристичних компаній.

Другою важливою проблемою є зниження довіри до українських сервісів. Технічні збої, витоки персональних даних та слабка кібербезпека формують негативний імідж галузі. Туристи побоюються користуватись онлайн-бронюванням, що зменшує ефективність цифрових каналів продажу та стримує розвиток електронної комерції у сфері туризму.

Крім того, відсутність прогресу в цифровізації знижує інвестиційну привабливість галузі. Інвестори не готові вкладати кошти в середовище, яке не демонструє інноваційності, прозорості та стабільності. Це обмежує можливості для модернізації туристичної інфраструктури, запуску нових проєктів і міжнародного партнерства.

Четвертим наслідком є нерівномірний розвиток регіонів. Території з кращою цифровою інфраструктурою приваблюють більше туристів, тоді як менш розвинені залишаються поза увагою. Це поглиблює економічну нерівність між регіонами, зменшує надходження до місцевих бюджетів і стримує розвиток внутрішнього туризму.

Також варто зазначити неефективне управління ресурсами. Без цифрової аналітики неможливо точно оцінити попит, розподілити навантаження на туристичні об'єкти, оптимізувати витрати. Це призводить до перевантаження популярних локацій, погіршення якості обслуговування та занепаду менш відвідуваних місць [31].

Обмеження доступу до культурної спадщини є особливо болючим наслідком війни. Багато об'єктів стали фізично недоступними або зруйнованими. Якщо не створено цифрових альтернатив – таких як 3D-моделі, віртуальні тури чи онлайн-експозиції – українці та іноземці втрачають можливість ознайомитися з унікальними пам'ятками історії та культури.

Основним наслідком проблем цифрової трансформації туристичної галузі України є зниження її здатності ефективно конкурувати на світовому туристичному ринку.

Це проявляється в тому, що Україна поступово втрачає привабливість для туристів порівняно з країнами, які активно впроваджують цифрові технології у сфері туризму. Відсутність сучасних онлайн-сервісів, слабкий рівень кіберзахисту, нерозвинена цифрова інфраструктура та недостатня інтеграція між платформами змушують туристів обирати більш технологічно прогресивні напрямки. Як наслідок, зменшується туристичний потік, скорочуються доходи підприємств, знижується інвестиційна активність, а регіони втрачають можливості для розвитку [31].

У довгостроковій перспективі це може призвести до того, що український туризм опиниться на периферії глобального ринку, якщо не буде реалізовано системних заходів для подолання цифрових бар'єрів та модернізації галузі.

## РОЗДІЛ 3. КОНЦЕПЦІЯ ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВОГО ПРОСТОРУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

### 3.1. Пріоритетні завдання формування цифрового простору туристичної галузі України на основі закордонного досвіду

Цифрова трансформація туристичної галузі стала ключовим напрямом розвитку у багатьох країнах світу. Вона охоплює не лише впровадження новітніх технологій, а й зміну підходів до управління, маркетингу та взаємодії з туристами.

Глобальні підходи до цифровізації туризму демонструють, як технології можуть кардинально змінити туристичну галузь, зробивши її більш ефективною, доступною та орієнтованою на потреби сучасного мандрівника. Успішні країни, такі як Іспанія, Сінгапур і Дубай, вже реалізували комплексні стратегії цифрової трансформації, які охоплюють кілька ключових напрямів [28, с. 143]:

#### *1. Розвиток цифрової інфраструктури.*

Це включає забезпечення стабільного високошвидкісного інтернету в туристичних регіонах, впровадження хмарних сервісів для зберігання та обробки даних, а також створення систем кібербезпеки для захисту інформації туристів і операторів.

#### *2. Інтеграція цифрових технологій у туристичні сервіси.*

Онлайн-бронювання, мобільні додатки, безконтактні платежі та чат-боти стали стандартом у багатьох країнах, забезпечуючи зручність і швидкість обслуговування. Такі рішення дозволяють туристам планувати подорожі самостійно, отримувати миттєву інформацію та взаємодіяти з сервісами у режимі реального часу.

#### *3. Цифровий маркетинг, який активно використовується для просування туристичних продуктів.*

SEO-оптимізація, присутність у соціальних мережах, створення відео-контенту та співпраця з інфлюенсерами дозволяють країнам ефективно позиціонувати себе на глобальному ринку.

#### *4. Аналітика даних.*

Використання технологій Big Data дає змогу прогнозувати туристичні потоки, аналізувати поведінку споживачів, оптимізувати управління ресурсами та приймати обґрунтовані рішення щодо розвитку інфраструктури.

*5. Партнерство між державними органами, приватним сектором та технологічними компаніями.*

Така співпраця дозволяє об'єднати ресурси, знання та досвід для створення інноваційних рішень, які відповідають потребам як внутрішніх, так і міжнародних туристів.

Цей досвід може стати основою для формування ефективної цифрової стратегії в Україні, спрямованої на модернізацію туристичної галузі та її інтеграцію у глобальний цифровий простір.

У країнах Європейського Союзу цифровізація туризму є невід'ємною складовою ширших стратегій розвитку цифрової економіки. Цей процес охоплює не лише впровадження технологій у туристичні сервіси, а й системне оновлення управлінських підходів, інфраструктури та взаємодії з туристами.

Наприклад, Ірландія активно інтегрує цифрові технології у туристичний бізнес, стимулюючи розвиток онлайн-сервісів, мобільних додатків та цифрового маркетингу. Це дозволяє країні ефективно просувати свої туристичні продукти на міжнародному ринку та забезпечувати високий рівень обслуговування.

Естонія є лідером у сфері цифрових державних послуг, що значно полегшує подорожі. Електронні візи, онлайн-реєстрація, цифрові

документи – усе це створює комфортне середовище для туристів і сприяє зростанню туристичних потоків.

У таких країнах, як Нідерланди, Бельгія та Люксембург, спостерігається високий рівень цифрової грамотності населення, що сприяє швидкому впровадженню новітніх технологій у туристичну сферу. Крім того, широке покриття 4G/5G забезпечує стабільний доступ до цифрових сервісів навіть у віддалених регіонах [28, с. 154].

Таким чином, досвід країн ЄС демонструє, що цифровізація туризму – це не лише технологічне оновлення, а й стратегічний напрям розвитку, який потребує комплексного підходу, міжсекторальної співпраці та постійного вдосконалення цифрових компетенцій.

Сполучені Штати Америки демонструють один із найпрогресивніших підходів до цифровізації туристичної галузі, активно впроваджуючи сучасні технології для покращення якості туристичних послуг та управління галуззю загалом.

Одним із ключових інструментів є Big Data, яка використовується для глибокого аналізу поведінки туристів. Завдяки збору та обробці великих обсягів даних, американські туристичні організації можуть прогнозувати попит, адаптувати пропозиції до індивідуальних потреб мандрівників, а також ефективно планувати розвиток інфраструктури.

Важливу роль відіграє також впровадження технологій доповненої та віртуальної реальності (AR/VR). У США ці рішення активно застосовуються в музеях, національних парках та культурних об'єктах, дозволяючи туристам зануритися в історію, природу чи мистецтво без фізичної присутності або як доповнення до реального досвіду [29, с. 86].

Крім того, широко використовуються цифрові платформи, які забезпечують зручність у плануванні подорожей. Онлайн-сервіси для бронювання, навігації, отримання рекомендацій та відгуків дозволяють

туристам самостійно організовувати свої маршрути, обирати найкращі варіанти проживання, харчування та розваг.

Завдяки цим технологіям США створюють персоналізований досвід для туристів, що підвищує рівень задоволеності клієнтів і стимулює повторні візити. Одночасно це дозволяє оптимізувати управління туристичними потоками, зменшувати навантаження на популярні локації та розвивати менш відомі регіони.

Такий підхід демонструє, як цифрові інструменти можуть стати основою для сталого, ефективного та інноваційного розвитку туризму, і може слугувати прикладом для країн, які лише розпочинають цифрову трансформацію галузі.

Країни Азії демонструють високий рівень інновацій у сфері цифровізації туризму, активно впроваджуючи передові технології для створення комфортного, безпечного та інтерактивного туристичного середовища.

Одним із лідерів у цьому напрямі є Сінгапур, який реалізує концепцію «розумних дестинацій». В основі цієї моделі лежить використання технологій Інтернету речей (IoT) та штучного інтелекту (AI). Завдяки цьому туристи отримують доступ до інтерактивних карт, автоматизованих рекомендацій, систем управління потоками та персоналізованих сервісів, що значно покращує якість подорожей.

Південна Корея також активно модернізує туристичну інфраструктуру, впроваджуючи технологію 5G у туристичних зонах. Це забезпечує надшвидкий доступ до цифрових сервісів, таких як мобільні додатки, відеогіди, віртуальні тури та онлайн-бронювання, що робить подорожі більш зручними та технологічно насиченими [29, с. 95].

У Японії цифровізація туризму набуває особливої форми через використання роботів та штучного інтелекту в готелях, аеропортах та туристичних центрах. Роботи виконують функції адміністраторів, гідів,

консультантів, а також забезпечують багатомовну підтримку, що особливо важливо для іноземних туристів. Такі рішення не лише підвищують ефективність обслуговування, а й створюють унікальний досвід, який приваблює туристів з усього світу.

Загалом, досвід країн Азії свідчить про те, що цифрові технології можуть стати потужним інструментом розвитку туризму, забезпечуючи інноваційність, доступність та високий рівень задоволеності туристів. Ці практики можуть бути корисними для України у формуванні власної стратегії цифрової трансформації туристичної галузі [29, с. 101].

Підсумуємо основні аспекти досвіду цифровізації туризму в різних країнах в таблиці 3.1.

Таблиця 3.2

#### Досвід цифровізації туризму в різних країнах

Країна	Ключовий досвід
Іспанія	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Мобільні технології – забезпечують бронювання, навігацію, переклад, оплату тощо.</li> <li>• Доповнена реальність (AR) – дозволяє туристам віртуально досліджувати пам'ятки.</li> <li>• Інтернет речей (IoT) – персоналізує досвід туристів, наприклад, через «розумні» готелі.</li> <li>• Віртуальні помічники (Siri, Alexa) – використовуються в готелях для покращення сервісу.</li> <li>• Blockchain – застосовується для програм лояльності та безпечних транзакцій.</li> </ul> <p>5G – забезпечує швидкий зв'язок для інтерактивних сервісів</p>
Сінгапур	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Біометрія – в аеропортах для швидкого проходу.</li> <li>• Smart Nation – інтеграція туризму в цифрову екосистему.</li> <li>• AR/VR – для презентації культурної спадщини.</li> <li>• IoT – управління потоками туристів, безпека.</li> </ul>
Естонія	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Цифрова держава: всі державні послуги доступні онлайн.</li> <li>• Платформа X-road – основа для обміну даними між реєстрами.</li> <li>• Застосунок mRiik – мобільна платформа для взаємодії громадян з державою.</li> <li>• Співпраця з Україною – досвід впровадження «Дії» надихнув Естонію на створення власного мобільного уряду</li> </ul>

США	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AI та ML – персоналізація подорожей (Expedia, Booking.com).</li> <li>• VR/AR – віртуальні тури, інтерактивні музеї.</li> <li>• Blockchain – децентралізовані бронювання, цифрова ідентифікація.</li> <li>• IoT – «розумні» готелі, управління енергоспоживанням.</li> <li>• Біометрія – швидкий контроль в аеропортах.</li> <li>• Роботи – автоматизовані рецепції, бармени на круїзах</li> </ul>
Японія	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Роботи в готелях – наприклад, Henn-na Hotel.</li> <li>• AR/VR – для культурних та історичних турів.</li> <li>• IoT – управління потоками туристів у містах.</li> <li>• Цифрові платформи – для бронювання, перекладу, навігації.</li> </ul>
Південна Корея	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Метавесвіт – Сеул запусив віртуальний туризм.</li> <li>• Мобільні сервіси – інтеграція транспорту, бронювання, оплат.</li> <li>• AR/VR – для музеїв, історичних місць.</li> </ul> <p>Цифрові карти та гіді – на основі AI.</p>

Складено автором за матеріалами: [28, 29]

Спираючись на успішні приклади цифрової трансформації туристичної галузі за кордоном, Україна має всі необхідні умови для створення сучасного цифрового туристичного середовища, що дозволяє визначити пріоритетні завдання формування цифрового простору (рис. 3.1).

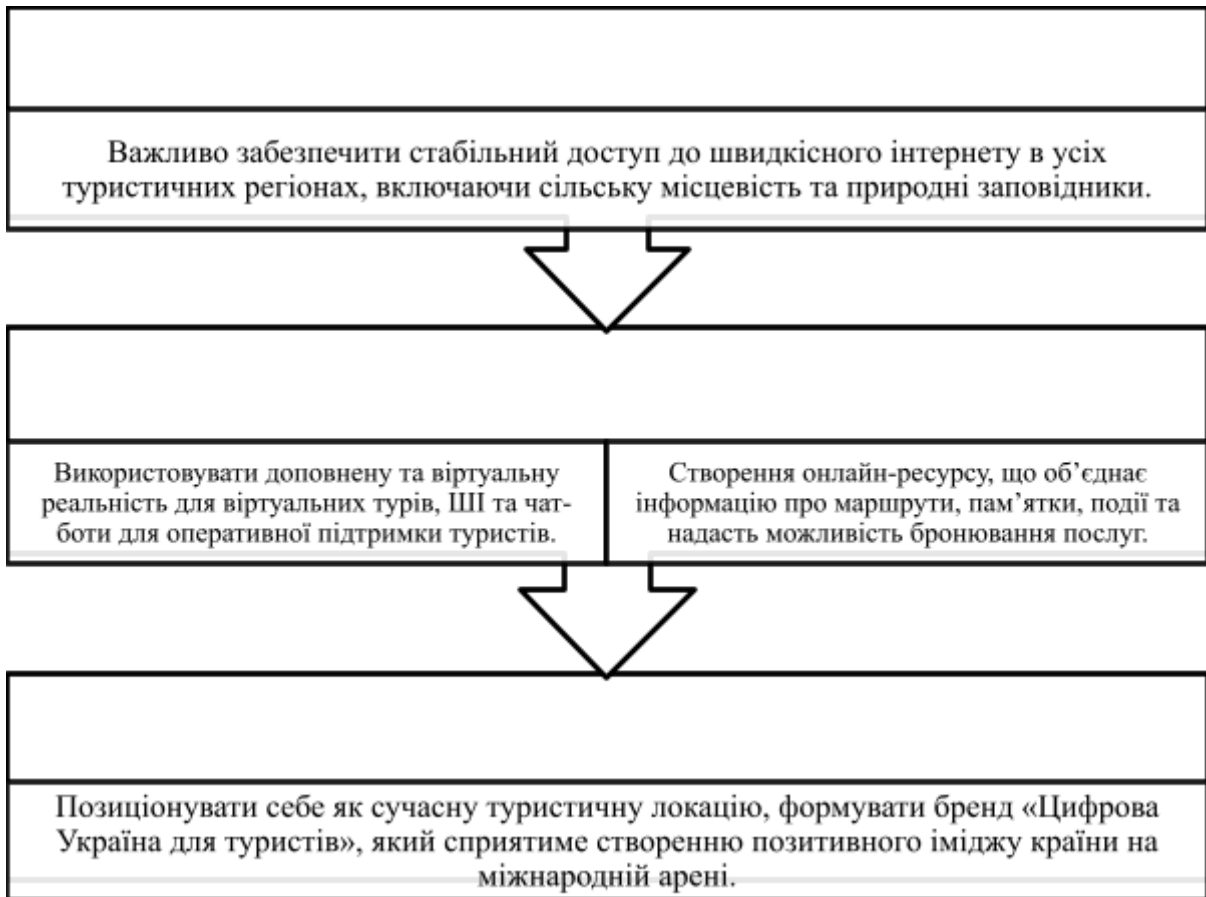


Рис. 3.1. Пріоритетні завдання формування цифрового простору

Доцільно стверджувати, що першим кроком формування цифрового простору туристичної галузі України має стати розвиток цифрової інфраструктури. Важливо забезпечити стабільний доступ до швидкісного інтернету в усіх туристичних регіонах, включаючи сільську місцевість та природні заповідники. Впровадження технологій 4G/5G створить технічну основу для цифрових сервісів, які вже активно використовуються в країнах Європи, США та Азії.

Наступним етапом є створення єдиної національної цифрової туристичної платформи – онлайн-ресурсу, що об'єднає інформацію про маршрути, пам'ятки, події та надасть можливість бронювання послуг. Така платформа має бути інтегрована з міжнародними системами, як-от Booking, TripAdvisor, Google Travel, що забезпечить зручність для іноземних гостей.

Необхідно також впроваджувати сучасні технології, зокрема доповнену та віртуальну реальність (AR/VR) для віртуальних турів, штучний інтелект для персоналізованих рекомендацій, а також чат-боти для оперативної підтримки туристів.

Україна повинна активно розвивати цифровий маркетинг, позиціонуючи себе як сучасну туристичну локацію, адже формування бренду «Цифрова Україна для туристів» сприятиме створенню позитивного іміджу країни на міжнародній арені.

### **3.2. Перспективи інтеграції цифрових технологій у діяльність вітчизняних підприємств туристичної індустрії**

Інтеграція цифрових технологій у діяльність вітчизняних підприємств туристичної індустрії відкриває широкі перспективи для модернізації галузі, підвищення її конкурентоспроможності та створення якісного туристичного продукту, орієнтованого на сучасного споживача.

Цифрові технології створюють умови для розширення ринків збуту. Завдяки онлайн-просуванню, SEO, соціальним мережам та співпраці з міжнародними платформами, українські туристичні компанії можуть виходити на глобальний ринок, залучати іноземних туристів і формувати позитивний імідж країни. Також, цифровізація сприяє підвищенню безпеки та довіри. Електронні платежі, захист персональних даних, цифрова ідентифікація – усе це відповідає сучасним вимогам безпеки та стандартам ЄС, що особливо важливо в умовах міжнародної інтеграції [39].

При дослідженні інтеграції цифрових технологій у діяльність вітчизняних підприємств туристичної індустрії важливо зосередитись на концепції цифрового розвитку туристичної галузі України.

Концепція цифрового розвитку туристичної галузі України на наступні 5 років являє собою всебічний, цілісний план, спрямований на трансформацію туристичної індустрії через інноваційні цифрові технології. Основна мета – створити єдиний, інтегрований цифровий туристичний простір України, який підвищить конкурентоспроможність галузі, її доступність та безпеку [47]. Ця концепція структурована навколо п'яти ключових взаємопов'язаних напрямів (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

## Концепція цифрового розвитку туристичної галузі на наступні 5 років

Напрямок	Основні кроки	Термін реалізації
Створення єдиної національної цифрової інфраструктури туризму	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Розробка та впровадження єдиного державного реєстру туристичних об'єктів, маршрутів, суб'єктів галузі (з інтеграцією до "Дії").</li> <li>2. Створення національного туристичного порталу/мобільного додатку (аналогів "Visit Ukraine", але з розширеним функціоналом бронювання, навігації та зворотного зв'язку).</li> <li>3. Впровадження єдиної системи збору та аналізу туристичних даних (Big Data).</li> <li>4. Інтеграція НЦТП з міжнародними туристичними платформами (Google, Booking, TripAdvisor)</li> </ol>	2025-2026 (1 рік)
Цифрова трансформація туристичного продукту та досвіду	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Створення 3D-турів та VR-контенту для ключових історичних та культурних пам'яток (як для промоції, так і для віддаленого доступу).</li> <li>2. Запровадження AR (доповненої реальності) для маркування та "оживлення" об'єктів (історичні реконструкції, інформаційні шари).</li> <li>3. Розробка аудіогідів на основі GPS для всіх пріоритетних туристичних маршрутів.</li> <li>4. Пілотні проекти "розумних міст" (Smart City) у туристичних центрах з акцентом на туристичні сервіси (розумні вказівники, сенсори безпеки, Wi-Fi зони).</li> </ol>	2025-2028 (протягом 3 років)
Цифрова безпека та стійкість	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Створення інтегрованої системи оповіщення про надзвичайні ситуації та безпекові ризики через НЦТП та мобільний додаток.</li> <li>2. Розробка та впровадження стандартів кібербезпеки для туристичних підприємств.</li> <li>3. Впровадження системи надання екстреної допомоги туристам через додаток (кнопка SOS, геолокація).</li> </ol>	2025-2030 (протягом 5 років)

Цифровий маркетинг та промоція	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Створення єдиного брендингового контенту та його поширення через міжнародні цифрові канали (соціальні мережі, інфлюенсери, цифрова реклама).</li> <li>2. Використання Big Data НЦТП для таргетованих маркетингових кампаній на цільові ринки.</li> <li>3. Проведення регулярних онлайн-презентацій та B2B заходів (віртуальні туристичні виставки).</li> </ol>	2025-2027 (протягом 2 років)
Розвиток цифрових навичок та людського капіталу	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Створення освітніх онлайн-платформ/курсів для суб'єктів туристичної діяльності (від готельєрів до гідів) з цифрових інструментів.</li> <li>2. Включення курсів з цифрового туризму та Big Data до навчальних програм ВНЗ.</li> <li>3. Стимулювання підприємців до впровадження CRM-систем та онлайн-платежів.</li> </ol>	2025-2030 (протягом 5 років)

Складено автором

Проаналізувавши матеріал таблиці 3.2 зазначимо, що першим кроком передбачається створення єдиної національної цифрової інфраструктури туризму. Вже у перші два роки заплановано запуск Національної цифрової туристичної платформи (НЦТП). Вона стане єдиною точкою доступу до офіційної інформації та послуг, об'єднавши реєстри об'єктів, маршрутів і суб'єктів галузі, а також інтегруючись із державними сервісами, такими як «Дія». Планується, що НЦТП буде вдосконалена шляхом інтеграції зі світовими гігантами (Booking, Google) та впровадженням штучного інтелекту (ШІ) для персоналізації рекомендацій, що забезпечить значне зростання онлайн-бронювань та підвищення якості обслуговування.

Другим кроком, акцент зроблено на цифровій трансформації туристичного продукту та досвіду. Це передбачає масове впровадження інтерактивних технологій. У найближчі роки відбудеться створення VR-турів та 3D-контенту для промоції, а також застосування доповненої реальності (AR) безпосередньо на місцях для «оживлення» історичних пам'яток та надання додаткової інформації. Це прямо впливає на залучення сучасних, технологічно орієнтованих туристів. У довгостроковій перспективі це призведе до

розвитку «розумного туризму» (Smart Tourism) через пілотні проекти «розумних міст», що покращить безпеку та комфорт подорожей.

Далі, визнається критична важливість цифрової безпеки та стійкості. Концепція передбачає створення інтегрованої системи оповіщення про безпекові ризики через НЦТП та мобільний додаток. Впровадження цієї системи, а також посилення стандартів кібербезпеки для туристичних підприємств, має на меті значно підвищити довіру як внутрішніх, так і іноземних туристів до подорожей Україною.

Четвертим кроком, для залучення туристичних потоків буде реалізована потужна стратегія цифрового маркетингу та промоції. За допомогою аналізу Big Data, зібраних НЦТП, будуть створюватись високотаргетовані маркетингові кампанії на цільові ринки. Також, активне використання міжнародних цифрових каналів та сучасних форматів (віртуальні виставки, співпраця з інфлюенсерами) забезпечить масштабування бренду України у світі.

Останнім кроком визначається, що успіх усієї концепції залежить від розвитку цифрових навичок та людського капіталу. Паралельно з інфраструктурними змінами будуть створюватися освітні онлайн-платформи для підвищення цифрової грамотності працівників галузі – від готельєрів до гідів. Це сприятиме зменшенню цифрового розриву та забезпеченню високої якості послуг, які надаються через нові цифрові канали.

Зазначимо, що результативність наведеної концепції буде виражатись через чіткі KPIs, а саме: охоплення НЦТП (90% ключових туристичних об'єктів та 70% суб'єктів бізнесу буде інтегровано в НЦТП); цифровізацію (50% пам'яток мають інтерактивні (AR/VR) або GPS-аудіогіди); зростання частки онлайн-бронювань та продажів туристичних послуг на 40% (у порівнянні з початковим роком) та функціонування інтегрованої системи оповіщення для туристів [47].

Отже, доцільно стверджувати, що наведена концепція свідчить про стратегічний і комплексний підхід до модернізації туристичної галузі України, визначаючи цифрову трансформацію як ключовий інструмент для досягнення конкурентоспроможності та сталого розвитку. Висвітлені перспективи інтеграції цифрових технологій у діяльність вітчизняних підприємств туристичної індустрії є орієнтиром для перетворення українського туризму на сучасну, технологічну та клієнтоорієнтовану галузь, готову конкурувати на міжнародному рівні.

## ВИСНОВКИ

1. У ході виконання магістерської роботи встановлено, що цифрові технології є ключовим фактором трансформації туристичної індустрії. Вони забезпечують підвищення конкурентоспроможності підприємств, оптимізацію бізнес-процесів, персоналізацію туристичних послуг та розширення доступу споживачів до інформації. У першому розділі визначено сутність і основні напрями використання цифрових технологій, розглянуто їхню класифікацію, а також проаналізовано науково-методичні підходи до оцінювання впливу цифрових інновацій на діяльність туристичних підприємств.

2. Аналіз умов і чинників розвитку цифрових технологій у сфері туризму в Україні показав, що галузь володіє значним потенціалом, однак стикається з низкою бар'єрів і обмежень. Зокрема, виявлено нерівномірність доступу до цифрової інфраструктури, недостатній рівень цифрової компетентності працівників, фрагментарність державної політики, а також негативний вплив воєнної агресії РФ. Попри це, простежуються позитивні тенденції – розширення електронних сервісів, активізація ІТ-сектору, розвиток цифрових платформ та зростання інтересу підприємств до автоматизації та аналітики даних.

3. У роботі визначено основні проблеми цифрової трансформації туристичної галузі України. До найбільш критичних належать: відсутність цілісної державної стратегії цифрового розвитку туризму, низький рівень інтеграції сучасних ІКТ у діяльність малих і середніх підприємств, недосконалість законодавчої бази, відсутність стандартів цифрових сервісів та недостатня увага до питань кібербезпеки. Ці чинники уповільнюють підвищення ефективності галузі та її конкурентоспроможності.

4. На основі міжнародного досвіду у роботі сформовано концепцію розвитку цифрового простору туристичної галузі України. Визначено стратегічні пріоритети: створення єдиної національної цифрової екосистеми туризму, розвиток інтегрованих туристичних платформ, підтримка технологічних інновацій, посилення державно-приватного партнерства, а також підвищення цифрових компетентностей кадрів. Реалізація цих напрямів сприятиме формуванню сучасної та ефективної моделі управління галуззю.

5. Обґрунтовано перспективи інтеграції цифрових технологій у діяльність українських туристичних підприємств. Перспективними є впровадження CRM-систем, інструментів аналізу великих даних, штучного інтелекту, персоналізованих онлайн-сервісів, VR/AR-рішень для промоції туристичних продуктів. Застосування цих технологій сприятиме підвищенню якості послуг, зміцненню конкурентних позицій та розширенню ринку туристичних продуктів.

6. Узагальнюючи результати дослідження, можна стверджувати, що цифрові технології виступають визначальним чинником модернізації туристичної галузі України. Їхнє системне впровадження сприятиме не лише підвищенню ефективності діяльності підприємств, але й забезпечить сталий розвиток галузі, її інтеграцію у глобальний туристичний простір та формування сучасного цифрового середовища, здатного відповідати викликам сьогодення.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ахмедова О., Аведян Л., Зілінська А. Інноваційні трансформації публічного управління для якості освітніх послуг. *Наукові перспективи (Naukovi perspektivi)*. 2021. № 9 (15). URL: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-9\(15\)-12-20](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-9(15)-12-20) (дата звернення: 18.09.2025)
2. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. *Наукові перспективи*. 2022. № 5(23). С. 168–180.
3. Бабов, К., Безверхнюк, Т., Бабова, І. Сталий розвиток туризму: пріоритети для України. *Actual Problems of Public Administration*. 2019. № 1(77). С. 23–29 DOI: <https://doi.org/10.35432/1993-8330appa1772019170446> (дата звернення: 18.09.2025)
4. Басюк, Д. І., Примак, Т. Ю., Погуда, Н. В. Трансформація туризму в Україні на принципах сталого розвитку: досвід європейських країн. *Економіка та держава*. 2019. № 2. С. 17–22. DOI: [10.32702/2306-6806.2019.2.17](https://doi.org/10.32702/2306-6806.2019.2.17)
5. Гапоненко Г. І., Євтушенко О. В., Шамара І. М., Василенко В. Ю. Цифровізація як нова парадигма управління розвитком туризму України в післявоєнний період. *Бізнес Інформ*. 2022. № 10. С. 114-125. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-10-114-125>
6. Гапоненко Г.І., Євтушенко О.В., Шамара І.М., Анненкова В.Є. Перспективи застосування шерингових механізмів в індустрії туризму України. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносин. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2024. № 19. С. 69-78. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2024-19-07>

7. Кожухівська Р.Б., Непочатенко В.О. Digital-технології як основа розвитку туристичної діяльності в Україні. *Економіка та держава*. 2020. № 7. С. 93–98. DOI: 10.32702/2306-6806.2020.7.93
8. Кифяк В., Кифяк О. Діджиталізація процесів розвитку туристичних дестинацій у західноукраїнських прикордонних регіонах. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2020. Вип. 2. С. 162–173. URL: <http://visnykj.wunu.edu.ua/index.php/visnykj/article/view/1110> (дата звернення: 18.09.2025)
9. Косик В. М. Новітні технології розвитку дистанційної освіти в Україні. *Інформаційні технології в освіті*. 2013. Вип. 16. С. 141–146.
- 10.Кравець А. В., Чех Х. Б. Особливості розвитку туристичного бізнесу в Україні. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2013. Вип. 4 (52). С. 198–202.
- 11.Лисюк, Т., Ройко, Л., Білецький, Ю. Цифрові інноваційні технології у сфері туризму України. *Економіка та суспільство*. 2023. (52). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-36>
- 12.Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика: навч. посібник. 2-е вид. 2022. 368 с.
- 13.Мальська МП., Худо ВВ. Туристичний бізнес: теорія та практика. Навч. Пос. К.: Центр учбової літератури, 2021. 424 с.
- 14.Мельник М. П., Шевченко М. З., Бордун О. Ю. Інноваційний розвиток туризму. Європа : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2022. 114 с.
- 15.Міжнародний туризм: еволюція і тенденції розвитку : навч. посібник / за ред. д.е.н., проф. В. І. Смолій. Київ : ЦУЛ, 2022. 536 с.
- 16.Маркетинг і менеджмент інновацій, 2021, № 1 URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/> (дата звернення: 18.09.2025)

- 17.Момонт Т. В. Основні фактори розвитку ринку туристичних послуг. Економіка. Управління. Інновації. Серія: *Економічні науки*. 2022. № 1 URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2022\\_1\\_35](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2022_1_35). (дата звернення: 18.09.2025)
- 18.Момонт Т.В. Економіка. Управління. Інновації. 2019. №1 URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/momont2.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/momont2.htm) (дата звернення: 18.09.2025)
- 19.Національна туристична організація України. Аналітичне дослідження втрат туристичної індустрії від війни в Україні. Аналітичний звіт з науково-дослідної роботи. 2023. URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-library-war-Impact-analysis.pdf> (дата звернення: 18.09.2025)
- 20.Національна туристична організація України. Відновлення малого та середнього бізнесу у секторі туризму та гостинності в 2023–2033 роках. Стратегічна дорожня карта. URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-library-small-and-medium-sized-businesses-recovery.pdf> (дата звернення: 18.09.2025)
- 21.Національна туристична організація України. Офіційний вебсайт. URL: <https://nto.ua/> (дата звернення: 18.09.2025)
- 22.The World Bank Group. (2023). Private sector opportunities for a green and resilient reconstruction in Ukraine: Synthesis report. URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-book-strategic-worldbank-reconstruction.pdf> (дата звернення: 18.09.2025)
- 23.Національна туристична організація України. Національна система туристичної статистики. Аналітика і інфографіка. URL:[https://nto.ua/nsts\\_analytics\\_ua.html](https://nto.ua/nsts_analytics_ua.html) (дата звернення: 18.09.2025)
- 24.Отамась І. Інформаційні технології в управління закладами освіти. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. Серія: *інформатизація вищого навчального закладу*. 2018. № 903. С. 18–25.

25. Омельчак, Г. Особливості інноваційного розвитку туризму України в умовах війни та євроінтеграції. *Сталий розвиток економіки*, 2023. № 1(46). С. 106–109. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2023-46-14> (дата звернення: 18.09.2025)
26. Осіпчук, А. С. Національна туристична організація України як фасилітатор сталого розвитку туристичної галузі та економічного зростання. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2022. № 6. DOI: <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-6-5> (дата звернення: 18.09.2025)
27. Піщуліна О. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти: доповідь / Центр Разумкова. Київ: «Заповіт», 2020. 274 с. URL: [https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020\\_digitalization.pdf](https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020_digitalization.pdf) (дата звернення: 18.09.2025)
28. Поворознюк І. Інноваційні технології в ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство*. 2021. № 30. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-17> (дата звернення: 18.09.2025)
29. Роїк, О. Р. Напрямки сталого розвитку туризму України в умовах післявоєнного відновлення. *Економічний простір*. 2023. № 184. С. 58–61 DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/184-9> (дата звернення: 18.09.2025)
30. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / за заг. ред. професора В. Г. Герасименко. Одеса: Астропринт, 2023. 334 с.
31. Рудько С. О. Зовнішня політика країн Західної Європи в постбіполярний період : посібник. Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2022. 412 с.

- 32.Сукач М., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. Ліра-К, 2017. URL: <https://doi.org/10.26884/mks.t1627> (дата звернення: 18.09.2025)
- 33.Садова Н.В. Вплив цифровізації на розвиток туристичної індустрії. Ефективна економіка. 2019. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7267>. DOI: 10.32702/2307-2105-2019.9.43 (дата звернення: 18.09.2025)
- 34.Як розробити цифровий проєкт у сфері туризму: історія успіху Синевирської громади URL: <https://www.prostir.ua/?library=yak-rozrobyty-tsyfrovyj-projekt-u-sferi-turizmu-istoriya-uspihu-synevyrskoj-hromady> (дата звернення: 18.09.2025)
- 35.Digitalisation in Tourism: In-depth analysis of challenges and opportunities. Low Value procedure GRO-SME17-C-091-A for Executive Agency for Small and Mediumsized Enterprises (EASME) Virtual Tourism Observatory / D. Dredge et al. Aalborg University, Copenhagen. 2018. URL: [https://clustercollaboration.eu/sites/default/files/news\\_attachment/report\\_tourism\\_digitalisation\\_2018.pdf](https://clustercollaboration.eu/sites/default/files/news_attachment/report_tourism_digitalisation_2018.pdf) (дата звернення: 18.09.2025)
- 36.Fu, B., Liu, Y., & Meadows, M. E. (2023). Ecological restoration for sustainable development in China. *National Science Review*, 10, Issue 7. DOI: <https://doi.org/10.1093/nsr/nwad033> (дата звернення: 18.09.2025)
- 37.Hanna Haponenko, Anatoliy Parfinenko, Irina Shamara. The concept of sustainable development of tourism in post-war Ukraine as a priority direction of comprehensive recovery of the industry. *Prospects for the development of the tourism and hospitality industry in Ukraine based on*

*the experience of the European Union* : Scientific monograph. Riga, Latvia : “Baltija Publishing”, 2023. pp. 144-165.

38. Kyiv Smart City URL:  
<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjK9uSS5-GPAxUkBdsEHZ0QFEIQFnoECBwQAQ&url=https%3A%2F%2Fkyivsmartcity.com%2F&usg=AOvVaw2U7stMhtRikaeeD1koHwJJ&opi=89978449> (дата звернення: 18.09.2025)
39. Lviv City Card URL:  
[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjB7Onx5uGPAxU1R\\_EDHcaBNL0QFnoECBAQAQ&url=https%3A%2F%2Flviv.travel%2Fua%2Fcity-card%3Fsrsltid%3DAfmBOoqNbcQL935Ai0S\\_IdMQihN55WAg510hSPqDQv3p1QZuRSxTuB8&usg=AOvVaw1-I3iE263XNQgqMlx\\_DBBM&opi=89978449](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjB7Onx5uGPAxU1R_EDHcaBNL0QFnoECBAQAQ&url=https%3A%2F%2Flviv.travel%2Fua%2Fcity-card%3Fsrsltid%3DAfmBOoqNbcQL935Ai0S_IdMQihN55WAg510hSPqDQv3p1QZuRSxTuB8&usg=AOvVaw1-I3iE263XNQgqMlx_DBBM&opi=89978449) (дата звернення: 18.09.2025)
40. Lv, T., Zeng, C., Lin, C., Liu, W., Cheng, Y., & Li, Y. Towards an integrated approach for land spatial ecological restoration zoning based on ecosystem health assessment. *Ecological Indicators*, 147:110016. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2023.110016> (дата звернення: 18.09.2025)
41. Museum of Folk Architecture (Пирогів) URL:  
[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjF1Pqz-d-PAxXyFBAIHUdaGXMQFnoFCLQBEAE&url=https%3A%2F%2Fmuseum-portal.com%2Fen%2Fmuseums%2F142\\_national-museum-of-folk-architecture-and-life-of-ukraine&usg=AOvVaw07EUjh43mfUrwZB9Ah5IeK&opi=89978449](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjF1Pqz-d-PAxXyFBAIHUdaGXMQFnoFCLQBEAE&url=https%3A%2F%2Fmuseum-portal.com%2Fen%2Fmuseums%2F142_national-museum-of-folk-architecture-and-life-of-ukraine&usg=AOvVaw07EUjh43mfUrwZB9Ah5IeK&opi=89978449) (дата звернення: 18.09.2025)
42. Travel, Tourism & Hospitality. Total contribution of travel and tourism to gross domestic product (GDP) worldwide in 2019 and 2022, with a

- forecast for 2023 and 2033. URL:  
[https://www.statista.com/statistics/233223/  
 travel-and-tourism--total-economic-contribution-worldwide](https://www.statista.com/statistics/233223/travel-and-tourism--total-economic-contribution-worldwide) (дата  
 звернення: 18.09.2025)
43. The IMD World Digital Competitiveness Ranking 2019 results. URL:  
[https://www.imd.org/wcc/  
 world-competitiveness-center-rankings/world-digitalcompetitiveness-ran  
 kings-2019/](https://www.imd.org/wcc/world-competitiveness-center-rankings/world-digitalcompetitiveness-rankings-2019/) (дата звернення: 18.09.2025)
44. Premier Hotels & Resorts URL:  
[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=  
 &cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwib-bel-d-PAxXBAxAIHSizBXIQFno  
 ECCEQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.phnr.com%2F&usg=AOvVaw  
 0xeFLLtg1Cjc31k69bp4ZO&opi=89978449](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwib-bel-d-PAxXBAxAIHSizBXIQFnoECCEQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.phnr.com%2F&usg=AOvVaw0xeFLLtg1Cjc31k69bp4ZO&opi=89978449) (дата звернення:  
 18.09.2025)
45. Prober, S. M., Doerr, V. A. J., Broadhurst, L. M., Williams, K. J., &  
 Dickson, F. (2019). Shifting the conservation paradigm: A synthesis of  
 options for renovating nature under climate change. *Ecological  
 Monographs*, № 89(1):e01333. DOI: <https://doi.org/10.1002/ecm.1333>  
 (дата звернення: 18.09.2025)
46. Svejcar, L. N., Davies, K. W., & Ritchie, A. L. Ecological restoration in  
 the age of apocalypse. *Global Change Biology*, №29, pp. 4706–4710.  
 DOI: <https://doi.org/10.1111/gcb.16809> (дата звернення: 18.09.2025)
47. Ukraine 360° URL:  
[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=  
 &cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiAj4b--N-PAxUbJxAIHdNSALEQFn  
 oECCoQAQ&url=https%3A%2F%2Fwar.city%2Fuk%2Ftours%2F&usg  
 =AOvVaw0QXgt2u4yD4uTB9Su9rUrH&opi=89978449](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiAj4b--N-PAxUbJxAIHdNSALEQFn oECCoQAQ&url=https%3A%2F%2Fwar.city%2Fuk%2Ftours%2F&usg=AOvVaw0QXgt2u4yD4uTB9Su9rUrH&opi=89978449) (дата  
 звернення: 18.09.2025)

48. Visit Ukraine URL:  
<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjZuLe--d-PAxX2QFUIHTNnGwUQFnoECBYQAQ&url=https%3A%2F%2Fukraine.ua%2Fvisit%2F&usg=AOvVaw0e15H54k5w-7TJvM6mnvX6&opi=89978449> (дата звернення: 18.09.2025)
49. War City URL:  
<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiqtL6L-d-PAxXqFBAlHWx0AOUQFnoECBkQAQ&url=https%3A%2F%2Fwar.city%2Fuk%2F&usg=AOvVaw08lPx5sUTU2ZpGOyhYiJmQ&opi=89978449> (дата звернення: 18.09.2025)
50. Global travel industry sees digital transformation, boosts online bookings and supplier direct sales, reshaping tourism trends for 2025. URL:  
<https://www.travelandtourworld.com/news/article/global-travel-industry-sees-digitaltransformation-boosts-online-bookings-and-supplier-direct-sales-reshaping-tourism-trends-for-2025> (дата звернення: 18.09.2025)