ПРИЧОРНОМОРСЬКИЙ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА ІННОВАЦІЙ

ПРИЧОРНОМОРСЬКІ ЕКОНОМІЧНІ СТУДІЇ

Науковий журнал

Випуск 94

Видавничий дім
«Гельветика»
2025

Головний редактор:

Шапошников Костянтин Сергійович – доктор економічних наук, професор, начальник відділу науково-дослідної роботи та атестації наукових кадрів ДНУ «Інститут модернізації змісту освіти» Міністерства освіти і науки України (Київ, Україна).

Члени редакційної колегії:

Вербівська Людмила Василівна – доктор економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

Грубляк Оксана Михайлівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів і кредиту, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, України).

Гавкалова Наталія Леонідівна – доктор економічних наук, професор, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (Харків, Україна).

Дименко Руслан Анатолійович – доктор економічних наук, доцент, Київський національний університет будівництва та архітектури (Київ, Україна).

Дука Анастасія Петрівна – доктор економічних наук, професор, професор, Національний університет «Чернігівська політехніка» (Чернігів, Україна).

Іртищева Інна Олександрівна – доктор економічних наук, професор, Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова (Миколаїв, Україна).

Коваль Віктор Васильович – доктор економічних наук, професор, Ізмаїльський державний гуманітарний університет (Ізмаїл, Україна).

Кудлаєва Наталія Вікторівна – кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

Лопащук Інна Афанасіївна – кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

Марич Максим Григорович – кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

Морозова (Селіверстова) Людмила Сергіївна – доктор економічних наук, професор, Київський національний торговельно-економічний університет (Київ, Україна).

Новикова Іннола Вікторівна – доктор економічних наук, професор, ВСП «Інститут інноваційної освіти Київського національного університету будівництва» (Київ, Україна).

Островська Наталія Степанівна – доктор економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

Пономаренко Тетяна Вадимівна – доктор економічних наук, професор, Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Бугая (Київ, Україна).

Прохорчук Світлана Володимирівна – кандидат економічних наук, професор, Заклад вищої освіти «Міжнародний університет бізнесу і права» (Херсон, Україна).

Роговий Андрій Віталійович – доктор економічних наук, професор, Навчально-науковий інститут бізнесу, природокористування і туризму, Національний університет «Чернігівська політехніка» (Чернігів, Україна).

Стеблянко Ірина Олегівна – доктор економічних наук, професор, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Дніпро, Україна).

Ткачук Ірина Ярославівна – доктор економічних наук, професор, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

Федишин Майя Пилипівна – кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

Цвірко Олена Олександрівна – доктор економічних наук, професор, ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій» (Одеса, Україна).

Велькі Януш – доктор економічних наук, професор, Університет «Опольська політехніка» (Ополе, Польща).

Гросу Вероніка – доктор економічних наук, професор, Сучавський університет імені Штефана чел Маре (Сучава, Румунія).

Дзіеканські Павел – доктор економічних наук, професор, Університет імені Яна Кохановського (Кельце, Польща).

Космулес Крістіна Габріела – кандидат економічних наук, асистент професора, Сучавський університет імені Штефана чел Маре (Сучава, Румунія).

Міхальчук Камелія-Каталіна – кандидат економічних наук, доцент, Сучавський університет імені Штефана чел Маре (Сучава, Румунія).

Пілеліене Ліна – доктор економіки, професор маркетингу, Університет Вітаутаса Великого (Каунас, Литва).

Ситнік Інесса Василівна – доктор економічних наук, професор, Університет «Політехніка Опольська» (Ополе, Польща).

Соколюк Маріан – кандидат економічних наук, доцент, Сучавський університет імені Штефана чел Маре (Сучава, Румунія).

Хлачук Елена – доктор економічних наук, професор, Сучавський університет імені Штефана чел Маре (Сучава, Румунія).

Чоботару Маріус-Сорін – кандидат економічних наук, лектор, Сучавський університет імені Штефана чел Маре (Сучава, Румунія).

Електронна сторінка видання – www.bses.in.ua

Міжнародний цифровий ідентифікатор журналу: https://doi.org/10.32843/bses

Науковий журнал «Причорноморські економічні студії»
включено до переліку наукових фахових видань України в галузі економічних наук (Категорія «Б»)
на підставі Наказу МОН України від 28 грудня 2019 року № 1643 (Додаток 4)

Галузь науки: економічні.
Спеціальності: С1 – Економіка та міжнародні економічні відносини; D1 – Облік і оподаткування;
D2 – Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок; D3 – Менеджмент; D5 – Маркетинг; D7 – Торгівля;
J2 – Готельно-ресторанна справа та кейтеринг; J3 – Туризм та рекреація; C3 – Міжнародні відносини.

Науковий журнал індексується у наукометричній базі **Index Copernicus**.

Затверджено до друку та поширення через мережу Інтернет відповідно до рішення вченої ради
Причорноморського науково-дослідного інституту економіки та інновацій
(від 25 серпня 2025 року протокол № 8)

Реєстрація суб'єкта у сфері друкованих медіа:
Рішення Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення № 1552 від 09.05.2024 року.

Ідентифікатор медіа: R30-04411

Статті у виданні перевірені на наявність плагіату за допомогою
програмного забезпечення StrikePlagiarism.com від польської компанії Plagiat.pl.

ISSN (Print): 2524-0897
ISSN (Online): 2524-0900

© ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій», 2025

РОЗДІЛ 11. ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА

Дмитрук Д.Л., Гончар Л.О.
АНАЛІЗ МЕХАНІЗМІВ АДАПТУВАННЯ РЕСТОРАННОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНИХ ВИКЛИКІВ І ЗАГРОЗ..... **183**

РОЗДІЛ 12. ТУРИЗМ

Альбещенко О.С., Павлюк С.І., Миць М.Я.
МІЖНАРОДНІ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ МАЛИХ ГРОМАДАХ..... **188**

Антонюк К.Г.
АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ЦИФРОВІЗАЦІЇ В ТУРИЗМІ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ГАЛУЗІ..... **196**

Борисова О.В., Гринюк Т.А.
МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВТРАЧЕНИХ ОБ'ЄКТІВ
ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ В ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНІЙ
ТА КРАЄЗНАВЧО-ЕКСКУРСІЙНІЙ ПРАКТИЦІ..... **202**

Ярьоменко С.Г.
ЧИННИКИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ДЕСТИНАЦІЙ
В ГЕОГРАФІЇ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ..... **209**

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ЦИФРОВІЗАЦІЇ В ТУРИЗМІ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ГАЛУЗІ

ANALYSIS OF DIGITALIZATION TRENDS IN TOURISM AND ITS IMPACT ON THE INDUSTRY'S DEVELOPMENT

У статті досліджено вплив інформаційних технологій на сучасну індустрію туризму та гостинності, розглядаючи цифрову трансформацію як ключову конкурентну перевагу. Проведено аналіз основних тенденцій діджиталізації, зокрема онлайн-бронювання, використання CRM-систем, Big Data-аналітики, мобільних додатків та штучного інтелекту, із залученням актуальних статистичних даних. Особливу увагу приділено інноваційним напрямам, таким як впровадження технологій метавсесвіту для створення віртуальних турів, VR-маркетингу та освітнього туризму. Розглянуто переваги цифровізації для туристів, бізнесу та державного управління, а також потенційні виклики, включаючи кіберзагрози та цифровий розрив. Підсумовується, що комплексна цифровізація сприяє підвищенню ефективності, створенню нових форматів послуг та унікальному клієнтському досвіду.
Ключові слова: *цифровізація, туризм, індустрія гостинності, інформаційні системи в туризмі, метавсесвіт, діджиталізація туризму.*

The article is devoted to the study of the impact of information technologies on the modern tourism and hospitality industry, considering digital transformation as a key competitive advantage. The author emphasizes that digitalization has transformed from an optimization tool into a growth driver that forms new models of interaction between tourism companies and consumers. The article provides an overview and analysis of the main trends in the implementation of IT solutions in 2024. Based on these data, it is concluded that online booking remains the leader, while other technologies are actively integrated to personalize services, optimize processes, and expand market opportunities. Particular attention is paid to the most innovative trend, which is the introduction of metaverse technologies into the tourism sector. It is noted that virtual worlds are becoming a new channel for interaction with tourists, allowing them to create a unique experience even before the trip begins. Attention is paid to the description and characterization of the areas of application of the metaverse, including preliminary virtual tours of accommodation and attractions, 3D excursions, VR marketing, educational travel, and the organization of virtual events. The author also systematized and analyzed the key advantages and disadvantages of digitalization of the tourism industry. Among the advantages, increased operational efficiency, market expansion, marketing opportunities, and stimulation of innovation are highlighted. At the same time, significant challenges are considered, such as the growth of cyber threats, the digital divide between different population groups, and the risk of homogenization of tourist offers. It is concluded that to maximize the benefits and minimize the negative consequences, it is necessary to implement comprehensive cybersecurity strategies, ensure inclusive access to digital services, and maintain a balance between technology and a creative approach. The paper emphasizes that the combination of modern IT solutions, innovative marketing, and environmental approaches will ensure the sustainability and competitiveness of the tourism business in the future.
Key words: *digitalization, tourism, hospitality industry, information systems in tourism, metaverse, digitalization of tourism.*

УДК 338.48:004.738.5:004.8
DOI: https://doi.org/10.32782/bses.94-31

Антонюк К.Г.
доктор філософії з економіки, доцент,
доцент кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи,
Вінницький торговельно-економічний
інститут
Київського національного
торговельно-економічного університету

Antoniuk Kateryna
Vinnytsia Institute
of Trade and Economics
of Kyiv National University
of Trade and Economics

Постановка проблеми. В сучасних умовах розвитку туристична галузь перебуває на етапі глибоких перетворень під впливом інноваційних інформаційних технологій. Діджиталізація стає вагомим чинником підвищення конкурентоспроможності, розширення ринкових можливостей та формування унікального туристичного досвіду. Однак поряд із перевагами впровадження інформаційних технологій, цифровізації туризму, існують певні загрози, які пов'язані з впровадженням передових IT-рішень, що може призводити до нерівномірності цифровізації, зниження ефективності їх використання у даній сфері, тому виникає необхідність та потреба у дослідженні напрямків, інструментів та перспектив цифрової трансформації туристичної галузі з урахуванням як і переваг, так і недоліків, які потребують розробки шляхів їх нівелювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням цифровізації та впровадження інформаційних технологій в туризмі присвячено багато сучасних праць науковців, що пояснюється актуалізацією дослідження даної тематики, а також постійним вдосконаленням та трансформацією галузей економіки з урахуванням впровадження інформаційних систем та автоматизації обслуговування туристів. Зокрема, дану тематику у свої працях досліджували такі науковці як Кожухівська Р.Б., Непочатенко В.О. [5], Поляков І.В., Кампов Н.С., Касинець О.В. [7], Головчук Ю.О., Худоба О.М., Боднар Р.О. [2], Гринько П.Л. [3] та інші. Однак, цифровізація та діджиталізація туризму є динамічним процесом, що потребує постійного дослідження та розгляду, зокрема й переваг цифровізації галузі та пошуку шляхів подолання її негативних наслідків, а також напрямків впровадження метавсесвіту.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження та аналіз тенденцій цифровізації в туристичній галузі, визначення переваг та недоліків її впливу на підвищення конкурентоспроможності та формування унікального клієнтського досвіду, а також обґрунтування шляхів подолання існуючих викликів, пов'язаних із впровадженням інформаційних технологій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інформаційні технології є невід'ємною частиною

© Антонюк К.Г., 2025

сучасних подорожей, впливаючи на всі етапи її здійснення, починаючи від планування подорожей, кроскультурного спілкування, а також укладання важливих угод і не лише. Індустрія туризму та гостинності стрімко розвивається завдяки цифровим досягненням. Тепер споживачі очікують від постачальників послуг високого рівня цифрової зрілості, причому деякі з них лідирують у використанні керованих даними та цифрових інструментів для надання інноваційних та персоналізованих вражень [1].

Цифровізація стала не просто інструментом оптимізації бізнес-процесів, а ключовим драйвером зростання конкурентоспроможності та формування нових моделей взаємодії між туристичними компаніями та споживачами. Завдяки технологічним інноваціям туристи отримують доступ до персоналізованих пропозицій, інтерактивних маршрутів, швидких і безпечних способів бронювання, а бізнес – до потужних аналітичних інструментів і розширення ринку збуту. Серед основних тенденцій діджиталізації туризму є наступні напрямки, які виділяємо у окремі типи цифровізації туристичної галузі (рис. 1). Кожен із них відіграє важливу роль у підвищенні ефективності діяльності підприємств та якості туристичного досвіду для клієнтів.

Для дослідження масштабу впровадження інформаційних систем та технологій у туристичну галузь звернемося до актуальної статистики популярності ІТ-рішень у 2024 році, що демонструє рівень проникнення цифрових інструментів у туристичний бізнес. Зокрема, за даними WifiTalents у розділі Digital transformation in the tourism industry statistics демонструє наступні показники [10]:

– 60% бронювань у готелях здійснюється онлайн (через платформи);

– 45% туристичних компаній застосовують штучний інтелект (AI);

– 88% туристичних брендів планують розширити використання Big Data-аналітики;

– 70% готелів планують впровадити IoT-технології та розумні кімнати;

– 66% туроператорів використовують онлайн-бронювання.

Також за іншими даними Gitnux в цьому ж напрямку дослідження Digital transformation in the travel industry statistics маємо наступні тенденції цифровізації туристичного бізнесу [12]:

– 63% туристів віддають перевагу мобільним додаткам для бронювання;

– 53% компаній використовують CRM для управління взаємовідносинами з клієнтами;

– 78% туристичних компаній застосовують датчукову аналітику для персоналізації обслуговування;

– 62% готелів планують використовувати AR (доповнену реальність);

– 58% туристів використовують онлайн-сервіси замість безпосереднього звернення.

Підсумовуючи наведені дані, робимо висновок, що найпопулярнішими ІТ-рішеннями на туристичних підприємствах світу є наступні:

Для наочного відображення скористаємося графічним представленням, який продемонструє переважаючі ІТ-рішення в туризмі у 2024 році.

За даними таблиці 1 та рисунку 2, бачимо, що онлайн-бронювання впевнено зберігає лідерство (92%), що свідчить про домінування цифрових каналів продажу та зростання ролі швидкого

Таблиця 1

Найпоширеніші ІТ-рішення, які впроваджувалися в індустрії гостинності у 2024 році

	ІТ-рішення	Впровадження, %
1	Онлайн-бронювання (Booking)	92
2	CRM-системи	64
3	Big Data-аналітика	53
4	Мобільні додатки	49
5	Штучний інтелект (AI)	38
6	IoT та сенсори	32

Джерело: узагальнено автором за даними [10; 12]

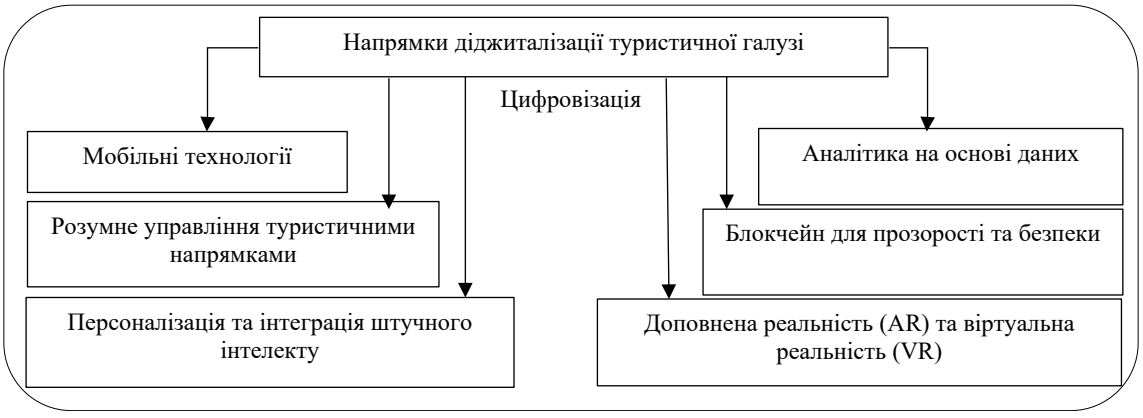

Рис. 1. Напрямки діджиталізації туристичної галузі

Джерело: сформовано автором

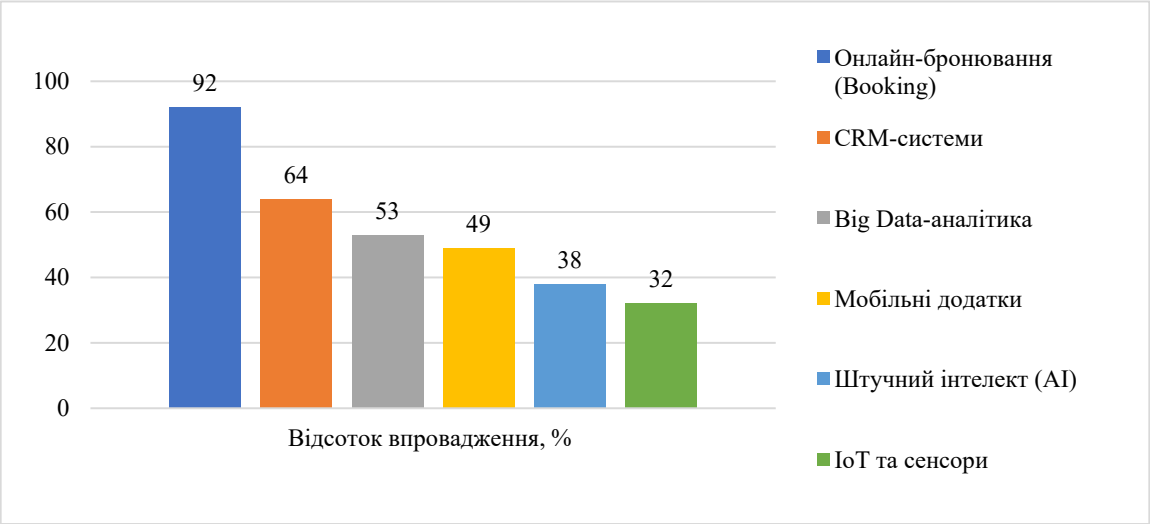

Рис. 2. Переважаючі IT-рішень в туризмі, що впроваджувалися у 2024 році

Джерело: сформовано автором за даними [10; 12]

дистанційного доступу до послуг. Це підтверджує тенденцію переходу споживачів до self-service моделей обслуговування.

CRM-системи (64%) займають друге місце, демонструючи зростання важливості персоналізації, управління відносинами з клієнтами та ефективної роботи з базами даних у конкурентному середовищі.

Big Data-аналітика (53%) активно інтегрується в бізнес-процеси, дозволяючи формувати точні прогнози попиту, оптимізувати маркетингові кампанії та підвищувати прибутковість.

Мобільні додатки (49%) стають ключовим інструментом комунікації з туристами, забезпечуючи зручність планування подорожей, навігації та отримання актуальної інформації в режимі реального часу.

Штучний інтелект (AI) (38%) перебуває на етапі активного зростання, знаходячи застосування у чат-ботах, системах рекомендацій, автоматизованому обслуговуванні та оптимізації цін. До переваг обслуговування за допомогою систем штучного інтелекту слід віднести швидкість і точність надання інформації клієнту. Штучний інтелект дозволяє швидко обробляти інформацію і пропонувати різні варіанти вирішення питання, наприклад, запропонувавши кілька варіантів розміщення з коментарями персонально для клієнта. Персоналізація обслуговування наразі є однією з найважливіших конкурентних переваг, які неможливо отримати без цифрових технологій. Для того щоб зрозуміти потреби і бажання клієнта, потрібно зібрати і обробити величезну базу даних, пов'язану із його попереднім досвідом подорожей, перебування в готелі тощо. Це дасть змогу сформувати певний віртуальний образ мандрівника, змоделювати його потреби за допомогою систем штучного інтелекту, забезпечити віддалене консалтингове обслуговування за допомогою чат-ботів [5, с. 97].

IoT та сенсорні технології (32%) поки впроваджуються вибірково, але демонструють значний потенціал для розвитку smart-готелів, автоматизації обліку ресурсів та підвищення безпеки подорожей.

Загалом, аналіз свідчить про те, що туристична галузь активно рухається в бік комплексної цифровізації, де провідні технології взаємодоповнюють одна одну, створюючи нову екосистему цифрового туризму, орієнтовану на клієнта та ефективність бізнесу.

Перевагами впровадження вищезгаданих цифрових технологій для туристів є персоналізовані послуги, швидкий доступ до інформації, безпека, для бізнесу – оптимізація витрат, аналітика попиту, автоматизація сервісів, а також є й перевага для управління туристичною галуззю з боку державних органів, що полягає у контрольованості туристичних потоків, цифровому управлінні територіями та аналітикою туристичної галузі.

Дані статистики свідчать, що цифрові технології все більш важливі для туристів як під час вибору напряму подорожі, так і в процесі її здійснення. Якщо раніше на рішення мандрівників вирушити у відпустку чи поїздку здебільшого впливали рекомендації друзів та родичів, то нині не менш важливу роль відіграють онлайн-рекомендації та коментарі у соціальних мережах. Використання цифрових інструментів онлайн стає одним із ключових для просування туристичних напрямків та формування їхнього привабливого іміджу [4, с. 135].

Однією з найбільш інноваційних тенденцій сучасної діджиталізації є впровадження технологій метавсесвіту у туристичну сферу. Метавсесвіт – це сформований віртуальних світ, що одночасно покриває потреби різних аудиторій у спільному просторі і часі проведення дозвілля, навчання, праці чи інших дій, та під виглядом віртуальних образів – «аватарів» взаємодіють у екосистемі світу [8, с. 31].

Метавсесвіт стає одним із ключових напрямів цифровізації туризму, відкриваючи нові можливості

для взаємодії з клієнтами та підвищення якості туристичних послуг. Його інтерактивні інструменти дозволяють створювати унікальний досвід для користувачів ще до початку подорожі. На рисунку 3 наведено основні напрями застосування метавсесвіту у сфері туризму, які охоплюють як процес планування, так і маркетингові та освітні аспекти.

Запровадження метавсесвіту у туристичну галузь сприяє глибшому зануренню клієнтів у майбутню подорож, підвищенню рівня довіри до послуг і розширенню можливостей персоналізації (табл. 2).

Завдяки VR-технологіям туристи можуть заздалегідь оцінити якість пропозицій, здійснити віртуальне бронювання, ознайомитися з локаціями та навіть пройти тематичне навчання. Це не лише оптимізує процес вибору, а й формує конкурентні переваги для компаній, що активно інтегрують інноваційні рішення.

Цифровізація туристичної галузі відкриває значні можливості для зростання, підвищення ефективності та розширення ринкової присутності, сприяючи інноваціям та створенню унікальних туристичних продуктів. Водночас вона супроводжується низкою викликів, серед яких – кіберзагрози, цифровий розрив та ризик стандартизації пропозицій (табл. 3).

Для максимального використання переваг цифровізації та мінімізації її негативних наслідків туристичним підприємствам необхідно впроваджувати комплексні стратегії кіберзахисту, забезпечувати інклюзивний доступ до цифрових послуг та підтримувати баланс між технологічними стандартами й творчим підходом у розробці туристичних продуктів. За даними табл. 3 пропонуємо можливі шляхи подолання недоліків цифровізації туризму, які систематизовано у табл. 4.

На основі аналізу запропонованих шляхів подолання недоліків цифровізації туристичної галузі можна зробити висновок, що ефективне використання цифрових технологій поєднує технічні, організаційні та інноваційні рішення, а посилення кіберзахисту, забезпечення доступності послуг для різних

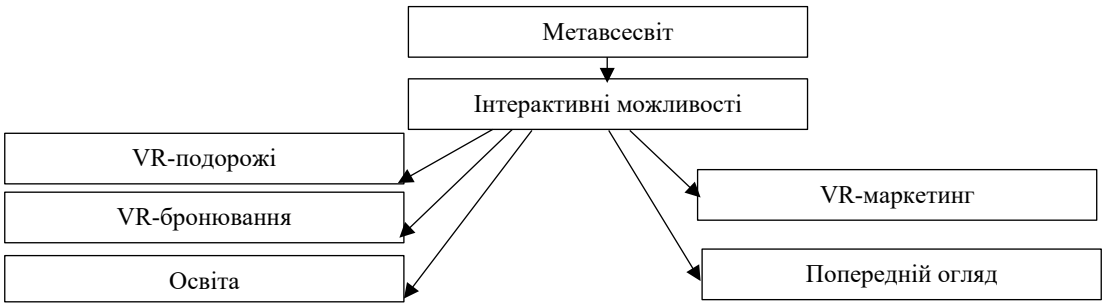

Рис. 3. Напрямки застосування метавсесвіту у сфері туризму

Джерело: сформовано та узагальнено автором

Таблиця 2

Напрямки запровадження метавсесвіту для туристичної галузі

Напрямки застосування	Характер застосування	Потенційна корисність
Попередній огляд	Передбронювальний процес з віртуальним переглядом, огляд місць ночівлі, закладів готельного та ресторанного господарства, доступу локацій для людей з інвалідністю	Знижує ризики щодо розчарування туристів за форматом «очікування/ реальність», дозволяє звернути увагу на нюанси локаційного знаходження та доступності
Віртуальні тури	3D-екскурсії туристичними локаціями, музеями, атракціями, містами	Визначається ступінь доступності та комфорту, ефективний розподіл таймінгу з уникненням витраченого часу на очікуваннях у чергах та касового обслуговування, доступний для перегляду туристичних локацій під час обмежень в період пандемії тощо
VR-маркетинг	Використання гарнітури віртуальної реальності для стимулювання продажів в туризмі і реклами	Залучення нових цільових аудиторій, розширення маркетингової політики туристичних підприємств
Освітній туризм	Використання цифрових інструментів та інтеграція до метавсесвіту з метою впровадження освітніх подорожей та її гейміфікації	Доступ до освітніх подорожей, курсів, гейміфікація та використання сучасних цифрових інструментів для навчання
Події і фестивалі	Використання VR-технологій для перегляду концертів, івентів, виставок, форумів, туристичних подій	Віртуальний перегляд туристичних івентів, розвиток цифрового подієвого туризму, участь у форумах та ділових зустрічах у форматі онлайн

Джерело: сформовано автором

Таблиця 3

Переваги та недоліки цифровізації туристичної галузі

Переваги	Недоліки
1. Сприяти підвищенню операційної ефективності, економії часу та ресурсів, створюючи тим самим можливості для зосередження на стратегічних цілях підприємництва та сприяння розвитку нових підприємницьких структур	1. Зростаюча залежність від цифрових платформ наражає туристичні компанії на кіберзагрози, такі як витік даних, хакерські атаки та атаки програм-вимагачів, компрометація конфіденційної інформації клієнтів та шкода репутації.
2. Збільшення проникнення на ринок, розширення глобального охоплення та сприяння виходу на нові ринки, тим самим сприяючи інтернаціоналізації діяльності.	2. Цифровий розрив, адже не всі мандрівники мають рівний доступ до цифрових технологій, що призводить до цифрового розриву, коли деякі групи населення можуть бути позбавлені переваг цифрових туристичних послуг.
3. Маркетингові можливості, завдяки яким цифрові платформи надають широкі маркетингові шляхи, дозволяючи туристичному бізнесу охоплювати глобальну аудиторію через соціальні мережі, пошукові системи та цільові рекламні кампанії.	3. Насичення ринку та гомогенізація, які пояснюються тим, що цифрові платформи можуть сприяти насиченню ринку та гомогенізації туристичних пропозицій, оскільки підприємства конкурують, щоб відповідати стандартизованим очікуванням, встановленим онлайн-відгуками та рейтингами, що потенційно обмежує різноманітність та креативність у галузі.
4. Цифровізація сприяє інноваціям у туристичних продуктах та послугах, дозволяючи бізнесу диференціюватися на конкурентному ринку завдяки унікальним пропозиціям та враженням.	

Джерело: узагальнено автором за [11]

Таблиця 4

Шляхи подолання недоліків цифровізації туристичної галузі

№	Недоліки	Шляхи подолання
1	Кіберзагрози та компроментація даних	1. Впроваджувати сучасні системи кіберзахисту (багатофакторна ідентифікація, шифрування даних, регулярні оновлення програмного забезпечення). 2. Проводити кібергігієнічне навчання персоналу для зменшення ризиків фішингових атак тощо. 3. Використовувати хмарні платформи з високим рівнем безпеки та резервного копіювання даних. 4. Розробити політику реагування на інциденти для швидкого усунення наслідків атак.
2	Цифровий розрив серед споживачів	1. Запровадження офлайн-альтернатив для основних сервісів (фізичні офіси підтримки, телефонне бронювання). 2. Розробка та запуск доступних та простих у використанні мобільних додатків, які будуть оптимізовані для слабкого інтернету. 3. Організація інформаційно-ознайомлювальних кампаній для туристів, які мають незначний досвід у використанні технологій.
3	Насичення туристичного ринку та гомогенізація пропозицій	1. Розробка та запуск нішевих туристичних продуктів та унікального досвіду (зокрема, у таких видах туризму як етнотуризм, гастротуризм, екотуризм). 2. Активне використання User Generated Content для створення автентичного іміджу пропозицій. User-generated content – це той контент, який створює аудиторія підприємства індустрії гостинності та самостійно ділиться ним на своїх сторінках у соціальних мережах [9]. 3. Впровадження технологій персоналізації для формування індивідуальних пакетів послуг. 4. Стимулювання креативних партнерств між туристичними компаніями, локальними виробниками та митцями тощо.

Джерело: сформовано автором

категорій споживачів та розвиток унікальних туристичних продуктів сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності та сталому розвитку галузі в умовах цифрової трансформації.

Висновки. У ході проведеного дослідження встановлено, що цифровізація туристичної галузі сприяє її трансформації та підвищенні конкурентоспроможності на глобальному ринку. Вона забезпечує розширення ринкових можливостей, зростання ефективності управління, розвиток інноваційних продуктів і послуг, а також формування персоналізованого туристичного досвіду. Разом із тим виявлено низку суттєвих ризиків, подолання яких можливе шляхом впровадження сучасних систем кіберзахисту, розробки доступних і простих цифрових рішень для споживачів, активного використання інноваційних технологій персоналізації, а також стимулювання креативних партнерств у туристичному секторі.

Перспективи розвитку цифровізації у туризмі полягають у застосуванні штучного інтелекту, аналітики Big Data, мобільних додатків, інтернету речей та метавсесвіту. Саме ці технології здатні забезпечити не лише зростання ефективності діяльності підприємств, але й сприяти досягненню цілей сталого розвитку через підвищення доступності, інклюзивності та інноваційності туристичних послуг. Поєднання цифровізації з інноваційним маркетингом, екологічними рішеннями та глобальними онлайн-платформами здатне вивести туристичний бізнес на новий рівень конкурентоспроможності, підвищити його стійкість до криз та забезпечити унікальний досвід для мандрівників у будь-якій точці світу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Валінкевич Н.В., Шестакова А.В. Цифрова трансформація як конкурентна перевага в індустрії туризму та гостинності. *Економіка та суспільство.* 2024. Вип. 68. URL: https://surl.li/jwsfxy (дата звернення: 11.08.2025)

2. Головчук Ю.О., Худоба О.М., Боднар Р.О. Діджиталізація у сучасній індустрії туризму та гостинності: проблеми і перспективні напрями. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління.* 2023. № 8. URL: https://surl.li/mpqmsw (дата звернення: 13.08.2025)

3. Гринько П. Л. Методологія управління інноваційним розвитком бізнесу в умовах цифрової економіки: дис. … д-ра екон. наук: 08.00.04. – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності); наук. конс. Пічугіна Т. С. Харків, 2020. 522 с.

4. Калініченко С., Грібіник А., Аврята А. Вплив цифровізації туристичної інфраструктури на розвиток регіонального туризму. *Modeling the Development of the Economic Systems.* 2023. № 1. С. 133–138.

5. Кожухівська Р.Б., Непочатенко В.О. Digital-технології як основа розвитку туристичної діяльності в Україні. *Економіка та держава.* 2020. № 7. С. 93–98.

6. Лисюк Т., Ройко Л., Горяєва А. Інноваційні інформаційні процеси у розвитку туристичного сектору України. *Економіка та суспільство.* 2024. Вип. 59. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-60 (дата звернення: 11.08.2025)

7. Поляков І.В., Кампов Н.С., Касинець О.В. Цифрові засади управління та коригування якості туристичних продуктів у малому бізнесі. *Агросвіт.* 2024. № 18. С. 98–103.

8. Чернега О.М. Віртуалізований туризм. Побудова метавсесвіту, як інноваційного віртуалізованого туристичного продукту. *Management and Entrepreneurship: Trends of Development.* 2023. Вип. 2 (24). С. 26–36.

9. Що таке UGC і чому про нього говорять усі. URL: https://surl.lt/aszrpo (дата звернення: 12.08.2025)

10. Digital transformation in the tourism industry statistics. URL: https://surl.lu/mbgqiq (дата звернення: 14.08.2025)

11. Tashpulatova L. M., Suyunova F. B. Digital Transformation in Tourism: Trends, Challenges, and Opportunities. *International Journal of Global Economic Light (JGEL)*. 2024. Vol. 10. Issue 7. URL: https://eprajournals.com/IJEP/article/13607/abstract (дата звернення: 12.08.2025)

12. Travel industry embraces digital transformation to enhance personalization and convenience. URL: https://surl.li/dzjaer (дата звернення: 12.08.2025)

REFERENCES:

1. Valinkevych N.V., Shestakova A.V. (2024) Tsyfrova transformatsiia yak konkurentna perevaha v industrii turyzmu ta hostynnosti [Digital transformation as a competitive advantage in the tourism and hospitality industry]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society,* vol. 68. Available at: https://surl.li/jwsfxy (accessed August 11, 2025)

2. Holovchuk Yu.O., Khudoba O.M., Bodnar R.O. (2023) Didzhytalizatsiia u suchasnii industrii turyzmu ta hostynnosti: problemy i perspektyvni napriamy [Digitalization in the modern tourism and hospitality industry: problems and prospective directions]. *Problemy suchasnykh transformatsii. Seriia: ekonomika ta upravlinnia – Problems of modern transformations. Series: economics and management,* vol. 8. Available at: https://surl.li/mpqmsw (accessed August 13, 2025)

3. Hrynko P. L. (2020) Metodolohiia upravlinnia innovatsiinym rozvytkom biznesu v umovakh tsyfrovoi ekonomiky [Methodology of management of innovative business development in digital economy]: dys. … d-ra ekon. nauk: 08.00.04. – Ekonomika ta upravlinnia pidpryiemstvamy (za vydamy ekonomichnoi diialnosti); nauk. kons. Pichuhina T. S. Kharkiv, 522 p. (in Ukrainian)

4. Kalinichenko S., Hribinyk A., Avriata A. (2023) Vplyv tsyfrovizatsii turystychnoi infrastruktury na rozvytok rehionalnoho turyzmu [The effect of digitalization of the tourist infrastructure on the development of regional tourism]. *Modeling the Development of the Economic Systems,* vol. 1, pp. 133–138. (in Ukrainian)

5. Kozhukhivska R.B., Nepochatenko V.O. (2020) Digital-tekhnolohii yak osnova rozvytku turystychnoi diialnosti v Ukraini [Digital technologies as a basis for the development of the tourism industry in Ukraine]. *Ekonomika ta derzhava,* vol. 7, pp. 93–98. (in Ukrainian)

6. Lysiuk T., Roiko L., Horiaieva A. (2024) Innovatsiini informatsiini protsesy u rozvytku turystychnoho sektoru Ukrainy [Innovative information processes in the development of the tourism sector of Ukraine]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society,* vol. 59. Available at: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-60 (accessed August 11, 2025)

7. Poliakov I.V., Kampov N.S., Kasynets O.V. (2024) Tsyfrovi zasady upravlinnia ta koryhuvannia yakosti turystychnykh produktiv u malomu biznesi [Digital principles of management and quality adjustment of tourism products in small business]. *Ahrosvit,* vol. 18, pp. 98–103.

8. Cherneha O.M. (2023) Virtualizovanyi turyzm. Pobudova metavsesvitu, yak innovatsiinoho virtualizovanoho turystychnoho produktu [Digital tourism. building a metaverse as an innovative virtualized tourist product]. *Management and Entrepreneurship: Trends of Development,* vol. 2(24), pp. 26–36.

9. Shcho take UGC i chomu pro noho hovoriat usi [What is UGC and why is everyone talking about it?]. Available at: https://surl.lt/aszrpo (accessed August 12, 2025)

10. Digital transformation in the tourism industry statistics. Available at: https://surl.lu/mbgqiq (accessed August 14, 2025)

11. Tashpulatova L. M., Suyunova F. B. (2024) Digital Transformation in Tourism: Trends, Challenges, and Opportunities. *International Journal of Global Economic Light (JGEL),* vol. 10, issue 7. Available at: https://eprajournals.com/IJEP/article/13607/abstract (accessed August 12, 2025)

12. Travel industry embraces digital transformation to enhance personalization and convenience. Available at: https://surl.li/dzjaer (accessed August 12, 2025)

Стаття надійшла: 03.07.2025
Стаття прийнята: 23.07.2025
Стаття опублікована: 29.08.2025