

**М.М. ПІСЕЦЬКИЙ**

## **ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРискореного відновлення галузі в повоєнний період**

У статті досліджено теоретико-методологічні засади та практичні аспекти цифрової трансформації туристичного сектору як інструменту відновлення галузі в повоєнний період, оскільки війна змінила регіональні та глобальні туристичні тенденції, що зумовило необхідність перегляду стратегій розвитку туризму. Проаналізовано сучасний стан впровадження цифрових технологій в діяльність суб'єктів туристичного бізнесу та визначено особливості цифровізації туристичної галузі України в умовах постконфліктного відновлення. Виявлено системні обмеження та регіональні диспропорції у процесах цифрової трансформації туристичного сектору. Розроблено методологічний підхід до оцінювання ефективності цифровізації туристичної галузі, що базується на комплексному аналізі кількісних та якісних показників. Запропоновано механізм прискорення процесів цифрової трансформації туристичного сектору через формування інтегрованої цифрової екосистеми туризму. Обґрунтовано стратегічні вектори впровадження смарт-технологій та розвитку цифрових каналів маркетингової комунікації. Визначено перспективні напрями розвитку маркетингових комунікацій та цифрових сервісів для персоналізації туристичних послуг в контексті відновлення галузі.

**Ключові слова:** геоeкономіка, цифрова трансформація, туристичний сектор, смарт-туризм, цифрова екосистема, постконфліктне відновлення, цифрові технології, маркетингові комунікації.

**M. PISETSKYI**

## **DIGITAL TRANSFORMATION OF THE TOURISM SECTOR AS A TOOL FOR ACCELERATED INDUSTRY RECOVERY IN THE POST-WAR PERIOD**

As a means of industrial recovery in the post-war era, the paper investigates the theoretical and methodological bases as well as pragmatic elements of digital transformation in the travel and tourist sector. The study looks at how digital technology is being used in tourist company operations and notes particular characteristics of digitalization in Ukraine's tourism sector during post-conflict rehabilitation. The study exposes geographical differences in the digital transformation processes of the tourist industry as well as systemic limits, therefore stressing the difficulties in applying technology advancements across diverse areas. Based on a thorough investigation of quantitative and qualitative indicators including both economic performance measurements and technical progress measures, a methodological methodology has been established to assess the efficiency of tourist sector digitalization.

By means of an integrated digital tourism ecosystem, the article suggests a way to hasten the digital transformation processes in the travel industry. This method consists on the application of digital marketing communication channels, artificial intelligence technology, and business process automation. Taking into consideration the particular requirements of post-war recovery, strategic vectors for using smart technologies and creating digital marketing communication channels have been supported. Emphasizing the importance of social media platforms and mobile apps in reaching target audiences, the study also points up interesting options for creating marketing communications and digital services to tailor tourist offers. The results help to clarify the part digital transformation plays in the post-war revival of the travel sector and offer doable advice on how to apply digital solutions in travel-oriented companies. The study underlines the need of building an integrated digital ecosystem that guarantees efficient interaction between all market players and improves the competitiveness of national tourist goods in the worldwide market.

**Keywords:** geoeconomics, digital transformation, tourism sector, smart tourism, digital ecosystem, post-conflict recovery, digital technologies, marketing communications, tourism innovation, industry digitalization, post-war reconstruction.

**Постановка проблеми.** Глобальні кризові явища, спричинені військовою агресією російської федерації проти України, спровокували масштабні трансформаційні процеси в туристичній галузі та окреслили нові виклики для відновлення туристичного сектору в повоєнний період. Руйнування туристичної інфраструктури, втрата значної частини туристично-рекреаційного потенціалу, порушення традиційних туристичних маршрутів та дестабілізація діяльності суб'єктів туристичного бізнесу зумовлюють необхідність пошуку інноваційних підходів до відбудови галузі. У цьому контексті вивчення геоeкономічних аспектів туризму може допомогти визначити нові шляхи стабілізації та розвитку туристичної галузі в умовах кризи, а діджиталізація при цьому відкриватиме нові можливості для туристичного бізнесу.

Стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та діджиталізація економічних процесів створюють передумови для прискореного відновлення туристичного сектору через впровадження цифрових інструментів. Трансформація традиційних бізнес-моделей туристичних підприємств у цифровий формат дозволяє оптимізувати операційні процеси, розширити канали збуту туристичних послуг

та підвищити конкурентоспроможність галузі на міжнародному ринку.

Масштабування цифрових технологій у туристичному секторі стикається з низкою системних обмежень, пов'язаних з недостатнім рівнем цифрової грамотності працівників галузі, відсутністю уніфікованих стандартів цифровізації туристичних послуг, обмеженим доступом до фінансових ресурсів для впровадження технологічних інновацій та недосконалістю нормативно-правового регулювання процесів цифрової трансформації. Подолання зазначених бар'єрів потребує формування комплексного механізму стимулювання цифровізації туристичного сектору на державному рівні. Перспективи відновлення туристичної галузі в повоєнний період безпосередньо залежать від швидкості та ефективності впровадження цифрових технологій. Розвиток віртуального туризму, створення цифрових двійників туристичних об'єктів, використання технологій доповненої та віртуальної реальності, впровадження смарт-систем управління туристичними дестинаціями формують нові можливості для реконструкції туристичного потенціалу постраждалих регіонів та відновлення туристичних потоків. Актуалізація процесів цифрової

трансформації туристичного сектору зумовлена необхідністю підвищення стійкості галузі до кризових явищ та забезпечення її конкурентоспроможності в умовах глобальної цифровізації економіки.

Розробка та реалізація стратегії цифрового розвитку туристичної сфери потребує консолідації зусиль органів державної влади, представників бізнесу та наукової спільноти для створення сприятливого середовища впровадження цифрових інновацій. Фрагментарність наукових досліджень щодо впливу цифрової трансформації на відновлення туристичного сектору в постконфліктний період, відсутність системного підходу до оцінки ефективності впровадження цифрових технологій у туристичній галузі та необхідність формування науково обґрунтованих рекомендацій щодо прискорення процесів цифровізації туристичного бізнесу визначають доцільність поглибленого вивчення окресленої проблематики.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Фундаментальні аспекти цифрової трансформації туристичного сектору та її вплив на відновлення галузі досліджуються багатьма вітчизняними науковцями. Д.М. Морозов, С.В. Домашенко, Т.В. Каптюх вважають, що розвиток цифрової інфраструктури гарантуватиме нові робочі місця, що призведе до зменшення безробіття. Окрім цього цифрові технології у сфері туризму зможуть розкрити повною мірою туристичний потенціал нашої країни та зробити її відкритою для прийому туристичних потоків в післявоєнні часи.[10]. Науковці акцентують увагу на трансформації традиційних бізнес-моделей туристичних підприємств під впливом діджиталізації та формуванні нових підходів до організації туристичної діяльності в умовах постконфліктного відновлення.

Проблематика впровадження цифрових технологій у туристичній сфері детально висвітлена в працях Р. Кожухівської, яка досліджує потенціал Digital-технологій як фундаментальної основи розвитку туристичної діяльності в Україні [8]. Авторка аналізує структурні компоненти цифрової трансформації туристичного сектору та пропонує методологічні підходи до оцінки ефективності впровадження цифрових інновацій у діяльність туристичних підприємств. Паралельно І. Ю. Кочума розвиває концепцію Smart-туризму як невід'ємної складової цифрової економіки, обґрунтовуючи необхідність інтеграції смарт-технологій у процеси управління туристичними дестинаціями [9].

Перспективні напрями цифровізації туристичної галузі розкриваються в дослідженнях Ю. О. Головчук, О. М. Худоби та Р. О. Боднара, які здійснюють комплексний аналіз проблем і можливостей діджиталізації сучасної індустрії туризму та гостинності [4]. Науковці пропонують інноваційні підходи до вирішення актуальних проблем цифрової трансформації туристичного сектору та формують рекомендації щодо прискорення процесів впровадження цифрових технологій.

В. С. Морохович, М. Ю. Кашка та С. Ю. Талапа зосереджують увагу на дослідженні технологічних

драйверів розвитку ринку туристичних послуг, аналізуючи вплив цифрових інновацій на трансформацію туристичної інфраструктури та модернізацію системи надання туристичних послуг [11]. Вчені обґрунтовують необхідність створення інтегрованих цифрових платформ для координації діяльності суб'єктів туристичного бізнесу та підвищення якості обслуговування туристів. Особливості розвитку туристичної галузі в умовах воєнного стану та перспективи її відновлення досліджуються С. Р. Пасекою та В. М. Джумурат, які наголошують на визначальній ролі цифрових технологій у забезпеченні стійкості туристичного сектору до кризових явищ. Науковці аналізують теоретичні засади дослідження туристичного потенціалу території та розробляють методологічні підходи до його оцінки в контексті цифрової трансформації галузі [12].

**Формулювання цілей статті.** Метою дослідження постає розробка теоретико-методологічних засад та практичних рекомендацій щодо прискорення цифрової трансформації туристичного сектору як інструменту відновлення галузі в повоєнний період.

Для поставленої мети розроблено наступні завдання:

- дослідити теоретичні засади цифрової трансформації туристичного сектору та проаналізувати сучасний стан впровадження цифрових технологій в діяльність суб'єктів туристичного бізнесу;

- визначити особливості та ключові бар'єри цифровізації туристичної галузі в умовах постконфліктного відновлення;

- розробити методологічний підхід до оцінки ефективності цифрової трансформації туристичного сектору та обґрунтувати стратегічні напрями її реалізації;

- сформулювати практичні рекомендації щодо прискорення процесів цифровізації туристичної галузі та створення інтегрованої цифрової екосистеми туризму.

**Виклад основного матеріалу.** Теоретичні засади цифрової трансформації туристичного сектору формуються на основі фундаментального розуміння сутності діджиталізації як процесу впровадження цифрових технологій у всі аспекти туристичної діяльності. Впровадження мобільних застосунків виступає як основний інноваційний інструмент у туристичній індустрії, що трансформує бізнес-процеси та формати подорожей, акцентуючи увагу на використанні технологій для оптимізації операцій та підвищення загальної ефективності сектору.

Смарт-туризм, як складова цифрової економіки, набуває особливого значення в процесі трансформації галузі. І. Ю. Кочума, разом із співавторами, розглядає смарт-туризм як туристичну діяльність, що підтримується комплексними зусиллями зі збору та аналізу даних з фізичної інфраструктури, соціальних зв'язків, державних та організаційних джерел. Науковці підкреслюють важливість інформаційної безпеки в смарт-туризмі та необхідність ефективного

управління ризиками для забезпечення стійкості туристичного сектору [14].

Аналіз сучасного стану впровадження цифрових технологій в діяльність суб'єктів туристичного бізнесу свідчить про активне використання інноваційних інструментів. М. В. Дроботова та В. Красномоєць досліджують інноваційні аспекти розвитку засобів розміщення, зокрема впровадження екологічних інновацій та використання сучасних технологій для розширення спектру послуг. Їх дослідження демонструє важливість комплексного підходу до впровадження інновацій для забезпечення конкурентоспроможності туристичних підприємств [6].

Сучасний етап цифрової трансформації туристичного сектору характеризується активним розвитком маркетингових комунікацій через соціальні мережі. А. Грищук та М. Гункевич наголошують на специфіці використання різних каналів комунікації для взаємодії з цільовою аудиторією, зокрема на важливості інтеграції цифрових інструментів у маркетингову стратегію туристичних підприємств [5]. С. Р. Пасєка та І. Кочума досліджують особливості розвитку туристичної галузі в умовах воєнного стану, зокрема питання детінізації зайнятості у сфері гостинності. Науковці відзначають важливість цифрових інструментів у забезпеченні прозорості та безпеки функціонування туристичного сектору в кризових умовах [13].

Вплив цифрової трансформації на фінансові результати функціонування туристичного сектору відображається у суттєвому зростанні податкових надходжень до державного бюджету. Впровадження інноваційних цифрових інструментів забезпечило приріст податкових відрахувань від туристичної галузі до 2 млрд 938 млн грн у 2024 році, що на 43% перевищує показники 2023 року та на 31% більше за довоєнний рівень 2021 року. Найбільш інтенсивну цифровізацію демонструє готельний сегмент, де автоматизація процесів бронювання та впровадження смарт-технологій сприяли зростанню податкових надходжень до 1 млрд 954 млн грн, що становить 66,5% загальної суми. Цифрова трансформація діяльності туристичних операторів, зокрема розвиток онлайн-платформ та мобільних додатків, забезпечила приріст податкових відрахувань на 48% - до 304,7 млн

грн. Сегмент туристичних агентств, активно впроваджуючи digital-інструменти та онлайн-канали продажів, збільшив обсяг сплачених податків до 265,2 млн грн проти 193,3 млн грн у 2023 році [7]. Інноваційним трендом стало використання цифрових платформ для розвитку нових форматів туризму - податкові надходження від діяльності кемпінгів та стоянок для житлових автофургонів зросли більш ніж удвічі порівняно з 2023 роком, сягнувши 4,6 млн грн.

Специфіка цифровізації туристичної галузі України в умовах постконфліктного відновлення характеризується комплексом унікальних особливостей та системних обмежень, що потребують детального аналізу для формування ефективних механізмів відновлення галузі [14]. Повномасштабна війна стала серйозним викликом для подальшого існування туристичної галузі, спричинивши значні трансформації в діяльності суб'єктів туристичного бізнесу та зумовивши необхідність адаптації цифрових інструментів до нових реалій.

Регіональна диференціація можливостей впровадження цифрових технологій постає одним з ключових обмежень розвитку галузі. У регіонах, де велись бойові дії, з тимчасово окупованими територіями, з високими ризиками замінування туристична діяльність стала неможливою, що унеможливило повноцінну цифрову трансформацію. Водночас в тилкових регіонах зберігається високий попит на окремі туристичні послуги, що стимулює розвиток цифрових сервісів та платформ [5]. Аналіз статистичних даних демонструє значні регіональні диспропорції у розвитку туристичного сектору. Середнє падіння туристичного збору на 24% у 2022 році свідчить про збереження певного потенціалу галузі, проте нерівномірність відновлення туристичної активності створює додаткові виклики для впровадження уніфікованих цифрових рішень [14].

Системним обмеженням процесів цифровізації туристичної галузі виступає недостатній рівень розвитку цифрової інфраструктури в регіонах, що постраждали внаслідок бойових дій. Руйнування телекомунікаційних мереж, обмежений доступ до швидкісного інтернету та нестабільність електропостачання створюють технічні бар'єри для впровадження сучасних цифрових технологій [9].

Таблиця 1 — Динаміка податкових надходжень від туристичного сектору України, 2021-2024 рр.

Сегмент туристичної галузі	2021 рік, млн грн	2023 рік, млн грн	2024 рік, млн грн	Приріст 2024/2023, %	Приріст 2024/2021, %
Готелі	1289,0	1304,0	1954,0	+49,8	+51,6
Туристичні оператори	259,0	205,8	304,7	+48,1	+17,6
Туристичні агентства	279,3	193,3	265,2	+37,2	-5,0
Туристичні бази та дитячі табори	328,2	145,9	201,1	+37,8	-38,7
Кемпінги та стоянки	2,4	2,9	4,6	+58,6	+91,7
Всього	2232,0	2049,0	2938,0	+43,4	+31,6

Джерело: складено автором на основі [7]

Трансформація споживчої поведінки та зміна структури туристичного попиту зумовлюють необхідність адаптації цифрових інструментів до нових потреб ринку. Зниження реальних доходів населення на 21% та масова міграція призвели до скорочення потенційної клієнтської бази, що вимагає розробки нових підходів до цифрового маркетингу та комунікації з споживачами [14].

Міжнародне співробітництво відкриває нові можливості для цифрової трансформації галузі, проте вимагає гармонізації національних стандартів цифровізації з міжнародними вимогами. Активізація співпраці з міжнародними туристичними організаціями та бізнесом створює передумови для впровадження передових цифрових рішень, але потребує значних інвестицій та розвитку компетенцій працівників галузі [15]. Особливого значення набуває розвиток цифрових інструментів промоції туристичного потенціалу України в світі. Формування позитивного туристичного іміджу країни через цифрові канали комунікації стає ключовим фактором відновлення міжнародних туристичних потоків у постконфліктний період [4].

Методологічний підхід до оцінювання ефективності цифрової трансформації туристичного сектору базується на комплексному аналізі кількісних та якісних показників впровадження цифрових технологій у діяльність суб'єктів туристичного бізнесу. Критеріями оцінки виступають рівень цифровізації бізнес-процесів, ступінь інтеграції цифрових інструментів у систему надання туристичних послуг та економічна ефективність впроваджених інновацій [4]. Система оцінювання враховує динаміку туристичного збору як індикатора економічної активності галузі, при цьому статистичні дані демонструють нерівномірність відновлення туристичного сектору в різних регіонах.

Моніторинг показників туристичного збору дозволяє визначити ефективність цифрових трансформацій через призму фінансових результатів діяльності туристичних підприємств [14]. Оцінка ефективності цифрової трансформації туристичного сектору повинна враховувати рівень впровадження смарт-технологій та інноваційних рішень. Аналіз показує, що використання штучного інтелекту, технологій віртуальної реальності та автоматизованих систем управління дозволяє оптимізувати операційні процеси та підвищити якість обслуговування туристів [11].

Стратегічні вектори реалізації цифрової трансформації туристичного сектору передбачають

розвиток інтегрованих цифрових платформ для координації діяльності суб'єктів туристичного бізнесу. Формування єдиного цифрового простору туристичної галузі створює передумови для ефективної взаємодії всіх учасників ринку та підвищення конкурентоспроможності національного туристичного продукту [12].

Кластерний підхід до організації туристичної діяльності виступає ефективним інструментом реалізації цифрової трансформації галузі. Створення туристичних кластерів сприяє концентрації ресурсів та компетенцій для впровадження інноваційних технологій, забезпечуючи синергетичний ефект від взаємодії учасників [5].

Міжнародний досвід демонструє ефективність застосування інтегрованих систем оцінювання розвитку туристичних дестинацій. Методологія оцінки повинна включати аналіз цифрової інфраструктури, рівня цифрової грамотності працівників галузі, доступності цифрових сервісів для споживачів та ефективності використання цифрових каналів маркетингової комунікації [6]. Перспективним напрямом цифрової трансформації туристичної індустрії є удосконалення систем динамічного ціноутворення та управління доходами за допомогою аналізу великих даних. Застосування предикативної аналітики сприяє оптимізації цінової стратегії та підвищенню ефективності управління туристичними потоками.

Механізм прискорення процесів цифровізації туристичної галузі базується на комплексному впровадженні інноваційних технологій та створенні інтегрованої цифрової екосистеми туризму. Формування такої екосистеми передбачає розвиток взаємопов'язаних цифрових платформ, що забезпечують координацію діяльності всіх суб'єктів туристичного ринку та підвищення якості туристичних послуг [3].

Технологічною основою інтегрованої цифрової екосистеми туризму є сучасні інформаційно-комунікаційні технології, зокрема штучний інтелект, Інтернет речей та системи обробки великих даних. Застосування генеративного штучного інтелекту для персоналізації туристичних пропозицій та автоматизації процесів взаємодії з клієнтами доводить свою високу ефективність, що підтверджується зростанням довіри мандрівників до рекомендацій систем на основі штучного інтелекту. Стрімкий розвиток соціальних мереж та мобільних додатків створює нові можливості для маркетингових комунікацій у туристичній галузі.

Таблиця 2 — Індикатори оцінки ефективності цифрової трансформації туристичного сектору

Група показників	Індикатори	Методика розрахунку	Нормативне значення
Економічні	Динаміка туристичного збору	Темп приросту надходжень	>5%
Технологічні	Рівень цифровізації бізнес-процесів	Частка автоматизованих процесів	>70%
Маркетингові	Ефективність digital-каналів	Конверсія онлайн-бронювань	>2%
Інфраструктурні	Забезпеченість цифровими сервісами	Кількість впроваджених сервісів	>5

Джерело: складено автором на основі [1, 4]

Трансформація споживчої поведінки молодіжної аудиторії зумовлює необхідність адаптації маркетингових стратегій до особливостей цифрових каналів комунікації. Популярність коротких відеоформатів та візуального контенту визначає пріоритетні напрями розвитку цифрового маркетингу в туризмі [1].

Формування смарт-туризму як складової цифрової економіки вимагає розвитку відповідної інфраструктури та компетенцій. Впровадження концепції смарт-туризму передбачає створення інтелектуальних систем управління туристичними дестинаціями, що забезпечують оптимальне використання ресурсів та підвищення якості туристичного досвіду [11]. Інтеграція кластерного підходу в механізм цифровізації туристичної галузі створює передумови для прискореного впровадження інновацій. Формування туристичних кластерів сприяє концентрації ресурсів та компетенцій, необхідних для реалізації масштабних проєктів цифрової трансформації. Міжнародний досвід демонструє ефективність кластерних ініціатив у розвитку інноваційної інфраструктури туризму [2, 5]. Розвиток міжнародного співробітництва відкриває додаткові можливості для прискорення процесів цифровізації туристичної галузі. Активізація взаємодії з міжнародними організаціями та туристичним бізнесом створює умови для трансферу передових технологій та обміну досвідом у сфері цифрової трансформації [15].

Формування інтегрованої цифрової екосистеми туризму потребує розвитку систем збору та аналізу даних про туристичні потоки, споживчі преференції та ефективність маркетингових заходів. Використання аналітичних інструментів дозволяє оптимізувати процеси прийняття управлінських рішень та

підвищити ефективність використання ресурсів туристичної галузі [6].

Маркетингові комунікації в сучасному туристичному секторі зазнають кардинальних трансформацій під впливом цифрових технологій та зміни поведінкових патернів споживачів. Платформи соціальних мереж, зокрема Instagram та TikTok, стають домінуючими каналами взаємодії з потенційними туристами, особливо молодіжною аудиторією. Аналітичні дані свідчать про зростання ролі візуального контенту та коротких відеоформатів у формуванні туристичного попиту [1]. Інтеграція технологій штучного інтелекту в системи обслуговування туристів дозволяє досягти нового рівня персоналізації послуг. Чат-боти та віртуальні асистенти, що базуються на генеративному штучному інтелекті, забезпечують цілодобову підтримку клієнтів та надають персоналізовані рекомендації щодо планування подорожей. Статистика демонструє зростання довіри споживачів до AI-систем при виборі туристичних продуктів [1].

Розвиток мобільних додатків та цифрових сервісів створює нові можливості для формування унікального туристичного досвіду. Впровадження технологій віртуальної та доповненої реальності дозволяє збагатити враження туристів та підвищити привабливість туристичних дестинацій. Інтеграція геолокаційних сервісів та систем навігації забезпечує зручність пересування та доступ до актуальної інформації про туристичні об'єкти [11].

Смарт-технології та інтернет речей трансформують процеси надання туристичних послуг, забезпечуючи автоматизацію рутинних операцій та підвищення комфорту перебування туристів.

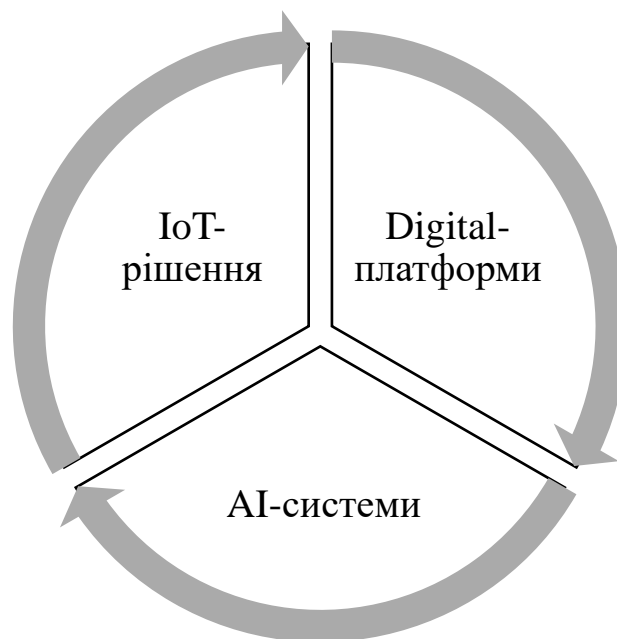


Рис. — Компоненти цифрової екосистеми туризму

Джерело: складено автором

Розумні системи управління готельною інфраструктурою, автоматизовані системи бронювання та цифрові платіжні сервіси стають невід'ємними елементами сучасної туристичної екосистеми [9]. Формування інтегрованих цифрових платформ для просування туристичних послуг дозволяє реалізувати омніканальний підхід до комунікації з клієнтами та забезпечити безперервність туристичного досвіду. Використання аналітичних інструментів для обробки даних про поведінку споживачів створює можливості для прогнозування туристичного попиту та адаптації маркетингових стратегій до змін ринкового середовища.

**Висновки.** Проведене дослідження процесів цифрової трансформації туристичного сектору як інструменту відновлення галузі в повоєнний період дозволило сформувавши низку теоретичних та практичних висновків. Теоретичне узагальнення наукових підходів до розуміння сутності цифрової трансформації туристичного сектору засвідчило комплексний характер процесів діджиталізації, що охоплюють всі аспекти діяльності суб'єктів туристичного бізнесу. Встановлено, що смарт-туризм як складова цифрової економіки формує нову парадигму розвитку галузі, базуючись на використанні передових технологій для створення персоналізованого туристичного досвіду. Аналіз особливостей та системних обмежень цифровізації туристичної галузі України в умовах постконфліктного відновлення виявив значну регіональну диференціацію можливостей впровадження цифрових технологій. Статистичні дані демонструють нерівномірність відновлення туристичної активності в різних регіонах, що створює додаткові виклики для реалізації єдиної стратегії цифрової трансформації галузі.

Розроблений методологічний підхід до оцінювання ефективності цифрової трансформації туристичного сектору базується на комплексному аналізі кількісних та якісних показників, що характеризують рівень впровадження цифрових технологій та їх вплив на економічні результати діяльності туристичних підприємств. Визначені стратегічні вектори реалізації цифрової трансформації передбачають розвиток інтегрованих цифрових платформ та формування туристичних кластерів як центрів інноваційного розвитку галузі.

Запропонований механізм прискорення процесів цифровізації туристичної галузі орієнтований на створення інтегрованої цифрової екосистеми туризму, що забезпечує ефективну взаємодію всіх учасників ринку. Впровадження технологій штучного інтелекту, розвиток цифрових каналів маркетингової комунікації та автоматизація бізнес-процесів створюють передумови для підвищення конкурентоспроможності національного туристичного продукту на міжнародному ринку.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з розробкою механізмів державної підтримки процесів цифрової трансформації туристичного сектору, вдосконаленням методів оцінки ефективності впровадження цифрових технологій та формуванням

стратегії розвитку смарт-туризму в контексті євроінтеграційних процесів.

#### Список літератури

1. NFT Travel: Learn About NFT Technology in the Travel Industry. Revfine.com. URL: <https://www.revfine.com/nft-travel/>
2. Tsviliy, S.M., Ogloblina, V.O., Demko, V.S., Pavliuk, A.A., & Pisetskyi, M.M. (2023). POTENTIAL OF INTERNATIONAL COOPERATION OF UKRAINE IN THE GEOECONOMIC SPACE OF THE TOURIST INDUSTRY. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 49(3), 946–961. <https://doi.org/10.30892/gtg.49311-1095> (Потенціал міжнародного співробітництва України у гео економічному просторі туристичної індустрії). Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://doi.org/10.30892/gtg.49311-1095>.
3. Баран Р. Я. Формування системи інтернет-маркетингу підприємств туризму в умовах розвитку цифрових комунікацій: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.04 / Львівський торговельно-економічний університет. Львів, 2021. 40 с.
4. 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. DOI: 10.54929/2786-5738-2023-8-12-03
5. Гришук А., Гункевич М. Діджиталізація управління бізнес-процесами в туристичній галузі України як відповідь на сучасні виклики світової економіки. *Формування ринкової економіки України*. 2020. № 44. DOI: 10.30970/meu.2020.44.0
6. Дроботова М., Красномоєць В. Інновації в засобах розміщення - проєкт розширення послуг в еко-готелі. *Економіка та суспільство*. 2024. № 62. DOI: 10.32782/2524-0072/2024-62-31
7. За 9 місяців 2024 року до державного бюджету від туристичної галузі надійшло понад 2 млрд грн. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/za-9-misyaciv-2024-roku-do-derzhavnogo-byudzhetu-vid-turistichnoyi-galuzi-nadiyshlo-ponad-2-mlrd-grn>
8. Кожухівська Р. Digital-технології як основа розвитку туристичної діяльності в Україні. *Економіка та держава*. 2020. № 7. С. 93.
9. Кочума І. Ю. Smart-туризм як складова цифрової економіки. *Розвиток соціально-трудових відносин та міжкультурної комунікації в умовах змін: матеріали XIV Міжнар. наук.-практ. конф. / за ред. Т. А. Костишиної, Л. В. Степанової*. Полтава: ПУЕТ, 2024. С. 36-38.
10. Морозов, Д., Домашенко, С., & Каптюх, Т. (2023). ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ. *Економіка та суспільство*, (50). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-15>
11. Морохович В. С., Кашка М. Ю., Талапа С. Ю. Технологічні драйвери розвитку ринку туристичних послуг. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*. Економічні науки. 2021. Вип. 65. С. 53-58.
12. Пасєка С. Р., Джумурат В. М. Теоретичні засади дослідження туристичного потенціалу території. *Вісник Хмельницького національного університету*. Економічні науки. 2023. № 5(322). С. 42-49.
13. Пасєка С., Кочума І. Детинізація зайнятості у сфері гостинності в умовах воєнного стану: безпековий аспект. *Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького*. Економічні науки. 2023. Т. 27, № 1-2.
14. Руденко М. В., Кочума І. Ю., Кравченко О. О., Третяк Н. М. Інформаційна безпека в SMART-туризмі: управління ризиками, маркетингові стратегії, перспективи. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2024. № 2. С. 351-359.
15. Тишук І., Ільїна О. Digital-технології у сучасному туристичному бізнесі: особливості розвитку та перспективи. *Економічний форум*. 2024. № 1(4). С. 38-49. DOI: 10.36910/6775-2308-8559-2023-4-5

#### References

1. NFT Travel: Learn About NFT Technology in the Travel Industry. Revfine.com. URL: <https://www.revfine.com/nft-travel/>
2. Tsviliy, S.M., Ogloblina, V.O., Demko, V.S., Pavliuk, A.A., & Pisetskyi, M.M. (2023). POTENTIAL OF INTERNATIONAL

- COOPERATION OF UKRAINE IN THE GEOECONOMIC SPACE OF THE TOURIST INDUSTRY. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 49(3), 946–961. <https://doi.org/10.30892/gtg.49311-1095> (Потенціал міжнародного співробітництва України у геоелектронічному просторі туристичної індустрії). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://doi.org/10.30892/gtg.49311-1095>.
3. Baran, R. Ya. (2021). Formation of the internet marketing system of tourism enterprises in the conditions of digital communications development [Doctoral dissertation abstract]. Lviv University of Trade and Economics.
  4. Holovchuk, Yu. O., Khudoba, O. M., & Bodnar, R. O. (2023). Digitalization in the modern tourism and hospitality industry: problems and promising directions. *Problems of Modern Transformations. Series: Economics and Management*, 8. <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-12-03>
  5. Hryshchuk, A., & Hunkevych, M. (2020). Digitalization of business process management in the tourism industry of Ukraine as a response to modern challenges of the world economy. *Formation of Market Economy of Ukraine*, 44. <https://doi.org/10.30970/meu.2020.44.0>
  6. Drobotyova, M., & Krasnomovets, V. (2024). Innovations in accommodation facilities - a project to expand services in an eco-hotel. *Economy and Society*, 62. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-31>
  7. In the 9 months of 2024, more than 2 billion UAH were received from the tourism industry to the state budget. *Revfine.com*. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/za-9-misyaciv-2024-roku-do-derzhavnogo-byudzhetu-vid-turistichnoyi-galuzi-nadiyshlo-ponad-2-mlrd-gm>
  8. Kozhukhivska, R. (2020). Digital technologies as a basis for the development of tourism activities in Ukraine. *Economy and State*, 7, 93.
  9. Kochuma, I. Yu. (2024). Smart tourism as a component of digital economy. In T. A. Kostyshyna & L. V. Stepanova (Eds.), *Development of social-labor relations and intercultural communication in conditions of change* (pp. 36-38). PUET.
  10. Morozov, D., Domashenko, S., & Kaptiukh, T. (2023). INNOVATIVE ACTIVITIES OF TOURISM ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF GLOBAL DIGITALIZATION. *Economy and Society*, (50). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-15>
  11. Morokhovych, V. S., Kashka, M. Yu., & Talapa, S. Yu. (2021). Technological drivers of tourist services market development. *Bulletin of Lviv University of Trade and Economics. Economic Sciences*, 65, 53-58.
  12. Pasieka, S. R., & Dzhumurat, V. M. (2023). Theoretical foundations of research of tourist potential of the territory. *Bulletin of Khmelnytsky National University. Economic Sciences*, 5(322), 42-49.
  13. Pasieka, S., & Kochuma, I. (2023). Unshadowing of employment in the hospitality sphere under the state of war: a security aspect. *Bulletin of the Cherkasy Bohdan Khmelnytsky National University. Economic Sciences*, 27(1-2).
  14. Rudenko, M. V., Kochuma, I. Yu., Kravchenko, O. O., & Tretiak, N. M. (2024). Information security in SMART tourism: risk management, marketing strategies, prospects. *Bulletin of Khmelnytsky National University*, 2, 351-359.
  15. Tyshchuk, I., & Ilina, O. (2024). Digital technologies in modern tourism business: features of development and prospects. *Economic Forum*, 1(4), 38-49. <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2023-4-5>

*Надійшла (received) 15.10.2024*

*Відомості про авторів / About the Authors*

**Пісецький Микола Миколайович (Pisetskyi Mykola)** – аспірант економічного факультету Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького, м. Черкаси, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8461-7600>, e mail: [pisetskyi@gmail.com](mailto:pisetskyi@gmail.com)