

DIGITAL-ІНСТРУМЕНТИ У ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

У сучасних умовах цифрова трансформація відіграє ключову роль у розвитку туристичного бізнесу. Використання цифрових технологій суттєво змінює підходи до маркетингу та просування туристичних послуг. Зокрема, створення вебсайтів і мобільних застосунків, активне використання соціальних медіа, впровадження штучного інтелекту та смарт-технологій у готельному господарстві сприяють розширенню клієнтської бази та формуванню персоналізованих пропозицій.

Проблеми впливу сучасних інформаційних технологій на процес цифровізації діяльності туристичних підприємств досліджувалися низкою науковців. Зокрема, у працях П. Жежничка та О. Сопрунюк акцентується на подвійній ролі інформаційного забезпечення в роботі туристичних компаній: воно забезпечує ефективну комунікацію між виробниками й споживачами туристичних послуг та підвищує результативність внутрішньої обробки інформації в межах підприємства [1].

За оцінками експертів, у провідних країнах світу частка цифрової економіки у структурі ВВП може досягти 50–60% до 2030 року. Для України цей показник потенційно може бути ще вищим – до 65% ВВП за умови реалізації активного сценарію цифрового розвитку [4].

У сучасному туристичному бізнесі цифрові технології охоплюють широкий спектр інструментів, зокрема використання віртуальної та доповненої реальності для формування нових вражень і створення інтерактивних екскурсій. Крім того, цифрові інструменти застосовуються для глибокого аналізу даних, що сприяє підвищенню якості обслуговування туристів і забезпечує ефективніше управління туристичними ресурсами.

Інформаційні технології також суттєво посилюють ефективність маркетингових комунікацій у туризмі, надаючи споживачам можливість оперативно отримувати повну й достовірну інформацію про туристичний продукт, не залишаючи власного дому [5].

Державне агентство розвитку туризму спільно з UNICEF U-Report Ukraine здійснило дослідження інформаційних джерел, якими користуються українці під час планування подорожей в умовах воєнного конфлікту, а також факторів, що впливають на вибір місць для відпочинку (рис. 1).

Результати опитування свідчать, що провідним джерелом інформації для сучасних українських мандрівників є Інтернет: 63% респондентів звертаються до

онлайн-ресурсів для пошуку даних про локації, які вони планують відвідати. Важливою платформою для планування подорожей залишаються соціальні мережі, якими користуються 49% опитаних. Поради друзів і родичів відіграють значну роль для 28% респондентів. Натомість мас-медіа менш впливові: лише 7% українців зазначили, що спираються на інформацію, отриману зі ЗМІ [4].

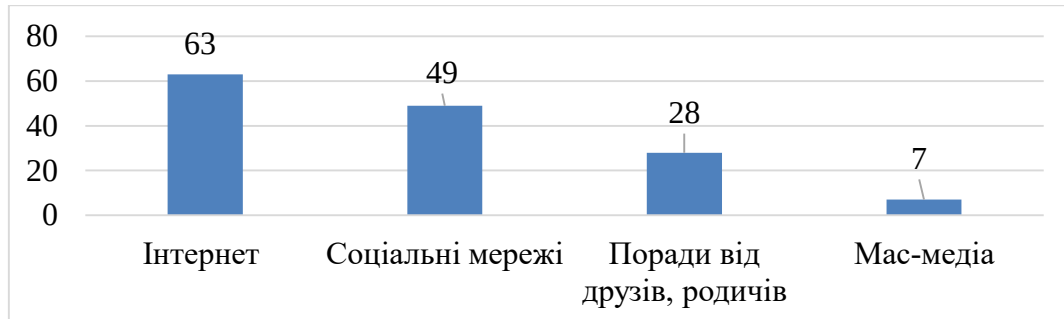


Рис. 1. Джерела інформації на які спираються українці, плануючи свої подорожі в умовах воєнного конфлікту, у %

Джерело: зведено авторами на основі [4].

Серед ключових напрямів розвитку цифрових технологій у туристичній сфері варто виокремити впровадження штучного інтелекту, технологій віртуальної реальності, аналізу великих даних (Big Data) та блокчейн-технологій, які сьогодні демонструють особливо динамічне зростання.

Аналіз великих обсягів даних (Big Data) відкриває широкі можливості для оптимізації діяльності туристичних підприємств. Зокрема: прогнозування попиту та коригування цінової політики відповідно до очікуваних ринкових тенденцій, удосконалення маркетингових стратегій, адже великий масив даних дозволяє ефективніше сегментувати аудиторію, персоналізувати рекламні кампанії та пропонувати релевантні знижки залежно від інтересів користувачів, аналіз відгуків і рейтингів, що забезпечує своєчасне виявлення проблем та підвищення якості туристичних послуг.

Штучний інтелект (AI) сприяє автоматизованій обробці значних масивів даних про подорожі, забезпечуючи більш точні прогнози попиту, формування оптимальних маршрутів, персоналізовані рекомендації та підвищення ефективності комунікації зі споживачами.

Технології віртуальної реальності (VR) формують новий формат туристичного досвіду. Вони дають можливість користувачам здійснювати віртуальні подорожі до музеїв, історико-культурних пам'яток та інших туристичних об'єктів незалежно від географічного розташування. Це створює імерсійний ефект занурення, дозволяючи відчувати атмосферу місцевості та елементи іншої культури ще до фактичного відвідування DESTINATION.

Blockchain-технології можуть забезпечити більш безпечні, ефективніші і з меншими витратами процеси, пов'язані з туристичним бізнесом, оскільки це

розподілена база даних, яка зберігається на комп'ютерах у різних місцях, і яка не може бути змінена без погодження всіх учасників мережі, такі системи забезпечують низькі комісійні та високу захищеність даних, оскільки вся інформація зберігається на розподілених вузлах мережі [2].

Особливо ефективним аспектом інновацій є технології упізнавання, завдяки яким можливо: пришвидшити час проходження реєстрації туристів в аеропортах (методика FAR); забезпечити доступ гостя в номер за допомогою сканування сітківки ока або сканування відбитків пальців. Така опція надасть гостю додаткові зручності, зокрема, підвищить безпеку перебування в готелі; покращити якість обслуговування клієнтів за рахунок персоналізації послуг (технологія NEC NeoFace Express) [2].

Р. Кожухівська, В. Непочатенко вважають, що 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, змодельовати його потреби за допомогою систем штучного інтелекту, забезпечити віддалене консалтингове обслуговування за допомогою чат-ботів [6].

Digital-технології дозволяють туристичному бізнесу забезпечувати більш якісний та ефективний сервіс для клієнтів, гарантуючи доступність інформації та захищеність особистої інформації при бронюванні та використанні інших послуг.

Сучасні інформаційні технології та ефективні комунікації активно сприяють швидкому розвитку туристичної галузі. Використання глобальних комп'ютерних мереж у туризмі має велике значення. Інформаційні технології дозволяють підвищувати ефективність маркетингу в галузі туризму та забезпечують споживачам швидкий доступ до якісної інформації про туристичні послуги [3].

Отже, digital-технології мають великий потенціал для розвитку туристичного бізнесу, який дозволить підвищити ефективність роботи та якість обслуговування клієнтів. З урахуванням етичних та юридичних аспектів і готовності інвестувати в нові технології, digital-технології стануть ключовим інструментом розвитку туризму у майбутньому.

ЛІТЕРАТУРА

1. Жежнич П. І., Сопрунюк О. О. Особливості формування інформаційного забезпечення туристичної діяльності. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Інформаційні системи та мережі. 2014. № 783. С. 336–343.

2. Тищук І., Ільїна О. (2023). Digital-технології у сучасному туристичному бізнесі: особливості розвитку та перспективи. *Економічний форум*. 2023. 1(4). С. 38-50. DOI: <http://dx.doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2023-4-5>
3. Тищук І., Пасічник М., Пилипчук М. (2025). Інноваційні технології в індустрії гостинності: від штучного інтелекту до віртуальної реальності. *Економіка та суспільство*, (79). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-79-120>
4. Опитування щодо подорожей Україною під час війни. URL: https://surl.li/lauzx?fbclid=IwAR2MYMm2lJLUkwIxWJ8lH9T4u7rVt_nWYWM0uOUsmvaMn2WrlWC1ljWNVt8 (дата звернення: 20.08.2025).
5. Литовченко І. Л. Інтернет маркетинг : навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 332 с.
6. 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