

Список використаних джерел

1. ЗУ «Про реабілітацію осіб з інвалідністю в Україні» Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2006, № 2-3, ст.36. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2961-15#Text>
2. ЗУ «Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні» Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР), 1991, № 21, ст.252. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/875-12#Text>
3. Права людини та сучасний світ – виклики сьогодення [Текст]: матеріали науково-практичних круглих столів (Україна, м. Київ, 10 грудня 2021 року). Київ: Національна академія внутрішніх справ, 2022. 138 с. С.19-20. URL: https://www.navs.edu.ua/files/kafedru/konst_ppl/2023/zbirnyk_10122021.pdf
4. ДБН В.2.2-40:2018 "Інклюзивність будівель і споруд. Основні положення" Наказ Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України від 30.11.2018 № 327. URL: https://e-construction.gov.ua/laws_detail/3790590059153983464?doc_type=2

DOI 10.70286/ISU-04.02.2026.025

ТУРИЗМ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ. ЯКІ ТЕХНОЛОГІЇ ЗМІНЮЮТЬ ІНДУСТРІЮ

Ткаченко Дмитро Ігорович

екскурсовод

<https://orcid.org/0009-0001-3711-1850>

Державний історико-архітектурний заповідник

«Стара Умань», м. Умань, Україна

У сучасних умовах глобальна туристична індустрія переживає глибоку цифрову трансформацію, яка кардинально змінює спосіб планування, організації та споживання туристичних послуг. Впровадження цифрових технологій – таких як штучний інтелект, онлайн-сервіси бронювання, віртуальна і доповнена реальність – стає ключовим чинником підвищення конкурентоспроможності підприємств, підвищення якості туристичного досвіду і адаптації до запитів сучасних мандрівників. Технології дозволяють автоматизувати бізнес-процеси, персоналізувати сервіси, оптимізувати витрати та розширювати доступ до інформації для різних категорій туристів, що особливо важливо в умовах післяпандемічного відновлення, нестабільної геополітичної ситуації та зростання попиту на інноваційні рішення у галузі туризму. Нові цифрові тренди сприяють не лише зростанню ефективності обслуговування, а й формуванню нових моделей взаємодії між туристами і бізнесом, що стимулює подальше наукове вивчення та впровадження технологічних інновацій. З огляду на ці процеси, дослідження сучасних технологій у сфері туризму є своєчасним і має

вагоме практичне значення для науки, менеджменту туристичного бізнесу та стратегічного розвитку галузі.

Впровадження сучасних цифрових технологій у туристичну галузь, попри їхній значний потенціал, супроводжується пов'язаними між собою проблемами, що стримують ефективну технологічну трансформацію індустрії. Однією з ключових є складність підбору конкретної технології для інтерпретації туристичної дестинації. Якщо все ж впроваджують, то зазвичай це відбувається фрагментарно, без чіткої стратегії та оцінки економічної доцільності, що знижує рівень практичної ефективності.

Дослідження реалізації сучасних технологій у туристичній галузі тривалий час перебуває у фокусі уваги науковців та широко висвітлюється як у вітчизняних, так і в міжнародних дослідженнях [1, 4, 5,].

Метою дослідження є розгляд та аналіз особливостей сучасних цифрових інновацій, а також визначення місця у підвищенні якості туристичних послуг і сталого розвитку галузі. Передбачається аналіз наступних технологій: штучний інтелект, віртуальна і доповнена реальність та онлайн-платформи, з метою обґрунтування практичних рекомендацій щодо їх оптимальної інтеграції у туристичну сферу.

Умови глобалізації та стрімкого розвитку цифрових технологій зумовлюють суттєві трансформації у функціонуванні туристичної індустрії. Туризм, як одна з найбільш динамічних галузей світової економіки, активно інтегрує інформаційно-комунікаційні технології, що докорінно змінює способи формування, просування та споживання туристичних послуг. Технології сприяють підвищенню ефективності управління туристичними підприємствами, персоналізації туристичного досвіду та формуванню нових бізнес-моделей у галузі. У сучасній туристичній індустрії інформація та оперативність її поширення набули ключового значення в усіх напрямках туристичної діяльності. Цифровізація окремих складових, зокрема використання мережі інтернет і мобільних пристроїв, стала одним із найважливіших сучасних трендів, що суттєво підвищує доступність, зручність та привабливість подорожей для туристів. Застосування цифрових інструментів дає змогу оперативно здійснювати пошук і бронювання засобів розміщення, транспортних квитків, екскурсійних програм та інших супутніх туристичних послуг.

Штучний інтелект відкриває нові можливості для автоматизації бізнес-процесів туристичних компаній, оптимізації операційної діяльності та підвищення ефективності прийняття адміністративних рішень. Використання алгоритмів машинного навчання, інтелектуальних рекомендаційних систем, чат-ботів та аналітики дозволяє туристичним компаніям адаптувати свої послуги до індивідуальних потреб клієнтів, прогнозувати попит, формувати динамічну цінову політику та забезпечувати безперервну комунікацію з туристами. Застосування ШІ суттєво оптимізує процеси пошуку та бронювання транспортних квитків та засобів розміщення інших туристичних послуг завдяки формуванню персоналізованих рекомендацій, що ґрунтуються на індивідуальних уподобаннях мандрівників. Сучасні інтелектуальні системи

здатні комплексно планувати подорожі, інтегруючи всі необхідні елементи маршруту в персональний календар туриста. Алгоритми штучного інтелекту здійснюють обробку значних масивів даних, аналізують історію попередніх поїздок, а також враховують фінансові обмеження та інтереси користувачів з метою формування найбільш релевантних пропозицій.

За інформацією аналітичної платформи Statista, оприлюдненою у листопаді 2024 року, близько 40 % споживачів у світі застосовують інструменти на основі штучного інтелекту з метою планування подорожей. Зокрема, 12 % опитаних використовували технології штучного інтелекту як на етапі підготовки поїздки, так і безпосередньо під час відпочинку, тоді як 17 % респондентів залучали такі інструменти виключно для планування туристичних подорожей [3]. Важливою перевагою використання штучного інтелекту в туризмі є його здатність сприяти більш збалансованому розподілу туристичних потоків. Завдяки рекомендації альтернативних маршрутів і менш відомих, проте привабливих локацій, інтелектуальні системи зменшують навантаження на популярні туристичні центри та водночас стимулюють розвиток периферійних територій.

Одну з провідних ролей у теперішньому процесі цифровізації відіграють інтернет-платформи, які стали основними каналами взаємодії між туристичними підприємствами та споживачами послуг. Онлайн-сервіси бронювання та туристичних рекомендацій, зокрема Booking.com, Airbnb, TripAdvisor та інші, надають можливість суб'єктам туристичної діяльності розміщувати свої пропозиції на глобальних цифрових платформах, що значно розширює географію охоплення потенційних клієнтів і забезпечує вихід на міжнародний ринок незалежно від масштабу підприємства. Такі платформи виконують функції посередників, джерел інформації та маркетингових інструментів, сприяючи підвищенню прозорості ринку та спрощенню процесу вибору туристичних послуг для споживачів [4].

Впровадження технологій віртуальної та доповненої реальності разом із 5G зв'язком у туристичній сфері спричинило появу нових бізнес-моделей, таких як хмарний туризм і туризм у прямому ефірі, а також стимулювало глибоку трансформацію туристичного маркетингу та досвіду мандрівників. Віртуальні технології стали потужним рушієм, особливо у розвитку віртуального туризму – нового формату екскурсій, який поєднує мережеві технології, 3D-візуалізацію, геоінформаційні системи та традиційний туризм, відіграючи ключову роль у зміні індустрії. Використання віртуальних та сучасних інформаційних технологій долає обмеження класичних способів передачі інформації (текст, фото, відео) та формує багатший просторовий досвід [2]. Особливо важливо, що він усуває часові та просторові бар'єри подорожей, дозволяючи відвідувачам бачити не лише панорамні пейзажі, але і туристичні об'єкти, недоступні широкій публіці або відкриті лише частково. Поєднання віртуального та реального досвіду значно підсилює інтерактивність і відчуття участі людей, даючи можливість формувати власне сприйняття місць і закріплювати пам'ятні враження.

Серед сучасних туристів дедалі більшої популярності набувають чат-боти, які надають можливість підбирати та бронювати туристичні послуги дистанційно. Вони ґрунтуються на технологіях штучного інтелекту та здатні вести структурований, хоч і відносно простий, діалог із користувачами, що дозволяє автоматизувати базові консультації. Для мандрівників такі інструменти забезпечують оперативний доступ до інформаційної підтримки та сервісів, а для туристичних компаній – значно зменшують навантаження на сервісні центри та підвищують ефективність обслуговування клієнтів. Крім того, інтеграція чат-ботів у туристичні сервіси сприяє персоналізації пропозицій і формуванню більш гнучкого та адаптивного досвіду користувача, що є важливим аспектом сучасного цифрового маркетингу у сфері туризму.

Сучасна туристична індустрія продовжує переживати глибоку цифрову трансформацію, що змінює способи планування, організації та споживання туристичних послуг. Впровадження цифрових технологій, таких як штучний інтелект, онлайн-сервіси бронювання, віртуальна та доповнена реальність, стає ключовим чинником підвищення конкурентоспроможності підприємств, якості туристичного досвіду та адаптації до потреб сучасних мандрівників. Ці технології дозволяють автоматизувати бізнес-процеси, персоналізувати сервіси, оптимізувати витрати та забезпечити широкий доступ до інформації, зростання попиту на інноваційні рішення, що особливо актуально у сучасній геополітичній ситуації. Отже, дослідження сучасних цифрових технологій у туризмі є своєчасним і має перспективне наукове та практичне значення. Результати дослідження сприяють розробці рекомендацій щодо оптимальної інтеграції інноваційних технологій у туристичну діяльність, підвищенню якості послуг, розвитку сталих моделей управління та формуванню нових форматів взаємодії між туристами і бізнесом, що є ключовим для подальшого розвитку індустрії в умовах цифрової епохи.

Список використаних джерел

1. Dogan Y. Digitalization in the tourism sector and future trends / Tourist Destination. – 2024. – Vol. 2, № 2. – P. 59–68.
2. Лисюк Т., Ройко Л., Білецький Ю. Цифрові інноваційні технології у сфері туризму України / Економіка та суспільство. – 2023. – № 52. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-36>
3. Орлик О. В. Штучний інтелект та його використання у сфері туризму / О. В. Орлик, К. О. Каспшак // Сталий розвиток економіки, підприємств та суспільства : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. (Івано-Франківськ, 10–11 квіт. 2025 р.) / за ред. І. Перевозової. – Львів : Кошовий Б.-П.О., 2025. – С. 883–885.
4. Погуда Н. В. Цифрові технології у туризмі / Н. В. Погуда / Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні : зб. матеріалів III Всеукр. наук.-практ. конф. (Херсон–Кропивницький, 23 квіт. 2024 р.) / за ред. доц. К. С. Нікітенко. – Херсон–Кропивницький : ХДАЕУ, 2024. – С. 236–238.
5. Роль інформаційних технологій для розвитку туризму / Development Service Industry Management. – 2025. – № 2. – С. 106–119. <https://doi.org/10.31891/dsim-2025-10>