

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТІВ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

ПАНЬКІВ Наталія Євгенівна

кандидат біологічних наук, доцент, доцент кафедри туризму
Національний університет «Львівська політехніка»

<https://orcid.org/0000-0002-9057-9612>

e-mail: pankiv.natalia@gmail.com

ГУМЕНЯК Василь Михайлович

здобувач

Національний університет «Львівська політехніка»

У статті проаналізовано теоретичні основи діджиталізації у сфері туризму. Визначено поняття “діджиталізація туризму”, його основні концепції та підходи до діджиталізації туристичних маршрутів. Проаналізовано роль цифрових технологій у розвитку туризму та сучасний стан та розвиток туризму в Україні. Проаналізовано сучасний стан та тенденції розвитку діджиталізації туристичних маршрутів в Україні та світі, а також, існуючі цифрові технології у туристичній індустрії України та тенденції їх розвитку.

Подано рекомендації щодо заходів діджиталізації туристичних маршрутів в Україні, зокрема, щодо розробки інтегрованої стратегії діджиталізації для туристичних організацій та органів влади у сфері туризму. За результатами досліджень, здійснено SWOT-аналіз сучасного стану діджиталізації туристичних маршрутів в Україні та запропоновано оптимальні цифрові рішення для конкретних туристичних регіонів. Встановлено, що діджиталізація в туризмі набуває різних форм і дає переваги для держави, регіону, окремого підприємства чи споживача. Водночас, існують певні обмежуючі чинники використання цифрових технологій, основними з яких є їх висока вартість, відсутній або слабкий Інтернет-зв'язок, недосконалість законодавства, відсутність окремих технологій, а також державної підтримки їх впровадження та інші. Недоліками цифровізації є те, що вона може приводити до безробіття (оскільки працю людини витісняють технології), існують також проблеми безпеки (зокрема ризик здійснення операцій через Інтернет).

Проаналізовано сучасний стан та тенденції впровадження маркетингових кампаній для просування цифрових маршрутів на прикладі Львівської області. Обґрунтовано, що в сучасних умовах російсько-української війни та після нашої перемоги, Україна має докласти великих зусиль для підтримки цифрового розвитку туризму в країні, оскільки, ці заходи залучать більше відвідувачів, сприятимуть створенню нових робочих місць та економічному розвитку країни.

Ключові слова: діджиталізація, цифрові технології, туризм, Україна.

DIGITIZATION OF TOURIST ROUTES IN UKRAINE: CURRENT STATE AND DEVELOPMENT TRENDS

PANKIV Natalia, HUMENIYK Vasyl

Lviv Polytechnic National University

The article analyzes the theoretical foundations of digitalization in the field of tourism. The concept of “digitalization of tourism”, its main concepts, and approaches to the digitalization of tourist routes are defined. The role of digital technologies in the development of tourism and the current state and development of tourism in Ukraine are analyzed. The current state and development trends of digitalization of tourist routes in Ukraine and the world, as well as existing digital technologies in the tourism industry of Ukraine and their development trends, are analyzed.

Recommendations were made regarding measures to digitize tourist routes in Ukraine, in particular, regarding the development of an integrated digitization strategy for tourist organizations and branches of government in the field of tourism. According to the research results, a SWOT analysis of the current state of digitization of tourist routes in Ukraine was carried out and optimal digital solutions for specific tourist regions were proposed. It has been established that digitalization in tourism takes different forms and provides advantages for the state, region, individual enterprise, or consumer. At the same time, there are certain limiting factors for the use of digital technologies, the main of which are their high cost, no or weak Internet connection, imperfect legislation, lack of certain technologies, as well as state support for their implementation, and others. Disadvantages of digitization are that it can lead to unemployment (as human labor is replaced by technology), and there are also security issues (in particular, the risk of conducting transactions over the Internet).

The current state and trends in the implementation of marketing campaigns for the promotion of digital routes are analyzed using the example of the Lviv region. It is justified that in the current conditions of the Russian-Ukrainian war and after our victory, Ukraine should make great efforts to support the digital development of tourism in the country, since these measures will attract more visitors, contribute to the creation of new jobs and economic development of the country.

Keywords: digitization, digital technologies, tourism, Ukraine.

ПАНЬКІВ, Н., & ГУМЕНЯК, В. (2024). ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТІВ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ. *Development Service Industry Management*, (1), 253–267. [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5\(37\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5(37))

PANKIV, N., & HUMENIYK, V. (2024). DIGITIZATION OF TOURIST ROUTES IN UKRAINE: CURRENT STATE AND DEVELOPMENT TRENDS. *Development Service Industry Management*, (1), 253–267. [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5\(37\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5(37))

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Віртуальна реальність стала найпоширенішим явищем у сфері розвитку туристичної галузі у світі. Непередбачувані соціальні та економічні виклики, пандемія COVID-19, війна в Україні викликали гостру потребу розглядати віртуальний туризм як альтернативу традиційним подорожам. Віртуальний досвід у туризмі залежить від факторів, пов'язаних з інформацією, якістю, прийняттям технологій та емоційним залученням інструментів інтернет-ресурсів, та надає значний вплив на ставлення та поведінкові наміри туристів.

Сучасний турист часто розраховує на мобільні технології та інтерактивні рішення під час планування та проведення подорожі. Він хоче отримувати інформацію про цікаві місця, атракції та послуги у режимі реального часу, використовувати аудіогіди, інтерактивні карти, віртуальні тури та інші сучасні засоби для зручного та насиченого туристичного досвіду. Тому, для забезпечення якісного та зручного для туристів розвитку цієї сфери в Україні потрібна діджиталізація туристичних маршрутів, тобто застосування цифрових технологій для покращення інформаційної доступності, комфорту та персоналізації туристичного досвіду. Це, зокрема, створення мобільних додатків, які надаватимуть інформацію про історію та культуру різних регіонів, інтерактивні 3Д тури та карти, які допомагатимуть туристам орієнтуватися у незнайомому місці, аудіогіди, що розповідатимуть цікаві факти та легенди про місця, віртуальні екскурсії для дистанційного огляду архітектурних пам'яток та природних ландшафтів, а також інші інтерактивні рішення. Отже, тема дослідження є актуальною.

Формулювання цілей статті

Метою роботи було проаналізувати сучасний стан діджиталізації туристичних маршрутів в Україні, оцінити вплив цифрових інновацій на розвиток туризму, виявити ключові тенденції цього процесу та запропонувати шляхи оптимізації використання цифрових технологій у туристичній галузі України.

Виходячи з мети, було визначено наступні завдання: дослідити теоретичні основи діджиталізації у сфері туризму; проаналізувати головні визначення поняття “діджиталізація туризму”, основні концепції та підходи до діджиталізації туристичних маршрутів; дослідити роль цифрових технологій у розвитку туризму та проаналізувати сучасний стан та розвиток туризму в Україні; проаналізувати сучасний стан діджиталізації туристичних маршрутів у світі, з метою використання цього досвіду для України; дослідити існуючі цифрові технології у туристичній індустрії України та тенденції їх розвитку; охарактеризувати етапи розробки інтегрованої стратегії діджиталізації для туристичних організацій та органів влади у сфері туризму; здійснити SWOT-аналіз сучасного стану діджиталізації туристичних маршрутів в Україні та вибір оптимальних цифрових рішень для конкретних туристичних регіонів та проаналізувати результати впровадження маркетингових кампаній для просування цифрових маршрутів на прикладі Львівської області.

Застосуванню віртуальної реальності у туристичній сфері присвячено дослідження численних авторів, зокрема, Бабарицької В. К., Бейдика О. О., Мальської М. П., Манько А. В., Божко Л. Д., Гадецької З. М., Казакової Н. Ф., Козубової Н. В., Тягунова Н. М., Сущенко О. А., Шамлікашвілі В. А. та ін. Проведені дослідження демонструють, що у сучасних умовах зростає науковий інтерес феномену популярності віртуального туризму в усьому світі. Але залишаються ще не вирішені проблеми, як-от: формування та функціонування туристичних мереж у віртуальному просторі.

РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи діджиталізації у сфері туризму.

1.1. Визначення поняття “діджиталізація туризму”, основні концепції та підходи до діджиталізації туристичних маршрутів.

Діджиталізація зумовила значні зміни у розвитку туризмі, зокрема, з'явилися нові інструменти, що дозволяють ефективніше залучати туристів та покращувати якість послуг. Вважаємо, що найбільш актуальними та перспективними інноваційними інструментами розвитку туризму в умовах діджиталізації є технології віртуальної (VR) та доповненої (AR) реальності, інтерактивні мобільні додатки, інтернет речей, соціальні мережі, штучний інтелект, аналітика великих даних тощо. Популярність поєднання реального досвіду з цифровим, включаючи віртуальну реальність, наростає. Люди, які вже мають багато спогадів від своїх подорожей, прагнуть отримати ще більше емоцій та вражень, стаючи активною частиною цікавих для них подій. Існує попит на придбання вражень, тому необхідно пропонувати споживачам інформацію, яка буде супроводжуватися емоціями та почуттями.

Віртуальна реальність відкриває можливість створення ефекту присутності для туристів у місці, яке вони мріють відвідати, чи то готель, музей або туристичний напрямок. З іншого боку, доповнена реальність - це технологія, схожа на віртуальну реальність, але вона розширює реальний світ, який сприймається людиною. Основна перевага полягає в тому, що вона більш доступна для користувачів. Якщо у туриста є телефон або планшет з постійним доступом до Інтернету та спеціальним програмним забезпеченням, він може отримати більше інформації про місце, де знаходиться, у режимі реального часу. Створення інтерактивних програм для туристів може полегшити їм доступ до розширеної інформації про потенційні місця відвідування та дозволити у конкретній локації. Ці додатки можуть надавати інформацію про розташування пам'яток, ресторанів, готелів та інші корисні послуги. Мобільні додатки дозволяють клієнтам забронювати готелі, квитки на транспорт, купити екскурсії та підготуватися до подорожі. Мобільні додатки є дуже зручними, оскільки дозволяють клієнтам бронювати та оплачувати послуги в будь-який час та з будь-якого місця. Наприклад, у Сколівській громаді на Львівщині створили мобільний застосунок «Сколе Smart» для інформування мешканців про місцеві події та для ознайомлення мандрівників з туристичними об'єктами краю та місцевою інфраструктурою. За допомогою застосунку можна отримувати місцеві новини в рубриці «Актуально» та інформацію про майбутні події у рубриці «Анонси». Також у застосунку можна переглядати розклад руху громадського транспорту. Інформацію для туристів збрали в рубриках «Візитівка», «Сервіс» та «Відвідай». Також додали інтерактивну мапу з усіма туристичними об'єктами [7].

Отже діджиталізація туризму - це процес застосування сучасних цифрових технологій та інтернет-рішень для поліпшення всіх аспектів туристичної індустрії, від планування подорожей і бронювання готелів до надання послуг та досвіду подорожі самим туристам. Цей термін охоплює використання різноманітних інновацій, таких як мобільні додатки, веб-сервіси, соціальні медіа, штучний інтелект, віртуальна реальність та інші технології для зручності, покращення безпеки і якості туристичних послуг, а також для підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій і більш ефективного управління туристичною інфраструктурою. Діджиталізація туризму сприяє покращенню зв'язку між туристами та туристичними послугами, сприяє інноваціям і розвитку галузі в цілому.

Діджиталізація туристичних маршрутів - це процес впровадження та використання цифрових технологій для поліпшення доступності, інформативності та взаємодії з туристичними маршрутами. Це в свою чергу включає в себе створення та впровадження різноманітних цифрових інструментів та платформ для туристичної галузі з метою полегшення подорожей, забезпечення корисної та цікавої інформації про об'єкти, події та інші аспекти подорожей.

Нижче наводимо приклад основних концепцій та підходів до стратегії цифровізації туристичних маршрутів:

- *Інтерактивні туристичні платформи.* Цей підхід передбачає створення веб-сайтів, мобільних додатків та онлайн-платформ, які надають користувачам можливість здійснювати віртуальні мандрівки, отримувати інформацію про туристичні місця та історичні пам'ятки. Вони можуть використовувати віртуальну реальність, інтерактивні карти та ігрові технології для підвищення інтересу та залучення користувачів.
- *Персоналізовані маршрути.* Це створення індивідуальних маршрутів для туристів на основі їхніх вподобань та інтересів. Це може бути реалізовано шляхом збору даних про попередні відвідини, використання аналітики даних та алгоритмів рекомендацій, що допомагають підібрати маршрути та визначити екскурсії, що найбільш відповідають індивідуальним потребам кожного туриста.
- *Інтерактивні технології на місцях.* Використання технологій, таких як розширена реальність (AR), QR-коди та спеціальні мобільні додатки на місцях маршруту для того, щоб туристи могли отримати додаткову інформацію про місцевість, історію об'єктів або предметів під час їхнього візиту. Це робить візит більш інформативним та захоплюючим.
- *Геолокаційні сервіси.* Застосування GPS та інших технологій для надання точних інструкцій та інформації про навколишні об'єкти під час подорожі. Це дозволяє туристам легко знаходити ресторани, магазини, атракції та інші цікаві місця.
- *Електронні путівники та онлайн-ресурси.* Розробка цифрових путівників, які забезпечують доступ до докладної інформації про туристичні маршрути, культурні особливості, гастрономічні можливості та рекомендації щодо туристичних послуг.
- *Аналіз даних та зворотний зв'язок.* Використання зібраних даних про взаємодію користувачів з цифровими платформами для постійного вдосконалення сервісів та розробки стратегій маркетингу. Це дозволяє аналізувати попит, змінювати та удосконалювати пропозиції та послуги, щоб вони краще відповідали потребам користувачів. *Онлайн-ресурси також можуть містити відгуки та поради інших подорожуючих.*

1.2. Роль цифрових технологій у розвитку туризму.

У сучасних умовах змінюється споживацька поведінка у сфері туристичних послуг, вимоги постійно зростають, потрібна актуальна інформація. Органи управління та підприємства змушені розробляти нові маркетингові канали, автоматизувати бізнес-процеси та формувати екосистеми. Галузь туризму відрізняється

високою конкуренцією та об'ємом інформації, що потребує негайної реакції на зміни у споживчому підході. Це надзвичайно важливо для просування туристичних послуг, оскільки привернення уваги споживачів у цифрову епоху є ключовим фактором успіху маркетингової стратегії. На сьогоднішній день туристична галузь повністю перекроєна на впровадження цифрових технологій, більшість бізнес-процесів перебудовано відповідно до нових принципів цифрової економіки. Розвиток туризму характеризується широким впровадженням інформаційних технологій, які дають змогу підвищити конкурентоспроможність туристичного сектору та його популяризації. В такому випадку цифрові інновації використовуються на різних рівнях, включаючи міжнародний, національний, регіональний та в межах окремих підприємств. Таким чином, втілення інноваційних технологій на міжнародному рівні сприяє масштабуванню туристичного ринку та прискорює різноманітні процеси, пов'язані з обслуговуванням туристів. Це ефективний інструмент маркетингу для просування туристичного продукту на міжнародному рівні. Цифрові технології активно розвивались в період пандемії Covid-19 та продовжують розвиватись вже під впливом та активним впровадженням технологій штучного інтелекту (AI), оскільки вони виступають засобами рекламування, презентації туристичного потенціалу певних дестинацій, спрощують туристичні процедури, пов'язані з пошуком, бронюванням турів, оформленням документів, сприяють наданню туристам різної інформації та інше.

Цифрові технології відіграють значну роль у розвитку туризму і мають свої переваги та недоліки:

До переваг від впровадження цифрових платформ належать: стимулювання інновацій, розширення ринку збуту, зниження витрат, підвищення безпеки, якості операцій, формування споживчої цінності, підвищення ефективності діяльності підприємств, прибутковості, конкурентоспроможності [3].

Початкові інновації у сфері туризму, пов'язані з цифровими технологіями, спочатку з'явилися в галузі транспортних та готельних послуг (онлайн-бронювання, електронні квитки, віртуальні візи). Однією з найперших інновацій виступає послуга «електронний квиток», а також електронні продажі. Відомі глобальні розподільчі системи – AMADEUS, Worldspan, Galileo, Sabre – забезпечують швидке і зручне бронювання номерів, квитків на транспорт, різні спортивні та культурні заходи тощо. Загалом, до цифрових технологій в туристичній діяльності можна віднести Big Data, blockchain, штучний інтелект, мобільні додатки, технології віртуалізації, інтелектуальні роботи, Інтернет речей тощо [4].

Великі дані (Big Data) - це технології, спрямовані на ефективне використання обширних обсягів інформації для отримання економічних переваг через швидкий пошук та аналіз. Ці технології дозволяють збирати та обробляти дані, пов'язані з відгуками споживачів, їхніми уподобаннями стосовно послуг, відвідуванням місць, керуванням громадським транспортом та іншими аспектами [1].

Використання технології блокчейн у туризмі сприяє підвищенню безпеки та швидкості операцій, спрощує процеси, дозволяє збирати та надавати доступ користувачам до різноманітної інформації та може знизити витрати на туристичні продукти. Використання блокчейну у туризмі фокусується на таких областях, як страхування, ідентифікація, бронювання авіаквитків та житла, відстеження багажу, системи платежів і багато інших.

Щодо страхування, то старт-контракти допомагають туристам отримати компенсацію за скасований рейс, а також бронювати нові квитки. Служби ідентифікації зберігають інформацію по особах і надають доступ до неї. Це пришвидшує процес реєстрації клієнтів в аеропортах, коли ідентифікація відбувається за відбитком пальця чи сітківкою ока і не потрібні документи.

Технологія блокчейн дозволяє відстежувати переміщення багажу між різними аеропортами, особливо це стає актуальним для міжнародних подорожей. Вона спрощує систему оплати під час закордонних транзакцій, оскільки не вимагає обміну валюти під час подорожі за кордон. Платежі стають більш зручними та безпечними, і туристичні компанії можуть приймати платежі у криптовалютах, таких як Bitcoin. Проте в Україні використання блокчейну не є широко поширеним з-за відсутності відповідного нормативно-правового регулювання, високої вартості цієї технології та можливих технічних проблем.

Штучний інтелект представляє собою комплекс технологій та процесів, які здатні опрацьовувати великі обсяги інформації. Цей комплекс включає в себе віртуальних агентів, такі як чат-боти та віртуальні помічники. Загалом дана технологія дає змогу швидко обробляти та надавати інформацію, підвищуючи якість та безпеку послуг. Штучний інтелект дозволяє покращити обслуговування клієнтів шляхом індивідуалізації послуг (наприклад, за допомогою технології NEC NeoFace Express). Важливою конкурентною перевагою є швидке створення послуг, що найкраще відповідають потребам конкретного клієнта. Для досягнення цієї мети необхідно збирати значний обсяг інформації про минулий туристичний досвід клієнта, що вдається завдяки штучному інтелекту. Продукт від компанії Mezi, що діє як віртуальний помічник туроператора, є прикладом цього підходу. За допомогою систем Mezi формується найкращий варіант туристичної подорожі, враховуючи уподобання користувачів.

Чат-боти - це програми, які імітують спілкування з людьми в Інтернеті. На сьогоднішній день вони заміняють комунікацію через електронну пошту та маркетинг по електронній пошті. Чат-боти дозволяють підтримувати зв'язок з клієнтами цілодобово, зменшують необхідність у персоналі, економлять витрати на оренду приміщень і надають всю основну інформацію клієнтам. Їх можна створити та налаштувати за допомогою таких соцмереж, як Telegram, Messenger, Viber, Skype та інші.

Використання віртуалізації є ефективним інструментом маркетингу для продажу продукту, оскільки вона надає споживачам можливість ознайомитися з товаром, переглянути його, обрати потрібне та задовольнити свої потреби найкращим способом.

Щоб ознайомити споживача з певною локацією, можна використовувати віртуальні тури. Вони є ефективним маркетинговим інструментом для просування продукту, оскільки допомагають туристу визначитися зі своїми інтересами та задовольнити їх більш повно. Одним із варіантів такої технології є 3D-панорама, що складається з кількох фотографій, об'єднаних за допомогою програмного забезпечення в одне зображення. Це створює враження присутності клієнта в конкретному місці [5].

До цифрових технологій належать також робототехнологія, яка впроваджена як в туристичному, так і в готельному секторах. Так, в Японії мережа готелів «Henn na Hotel» першою в світі впровадила роботів-персонал для полегшення та здешевлення процедури обслуговування гостей. Роботи використовуються на стійці реєстрації, а також як носильники багажів, консьєржи. Вони подають відвідувачам напої, дають відповіді на запитання на різних мовах. Є практика впровадження таких роботів в аеропортах, в туристичних агенціях різних країн світу.

Технологія "Інтернету речей" (IoT) полягає у з'єднанні з Інтернетом різноманітних пристроїв, що можуть обмінюватися даними та виконувати функції без активної участі людини. Ця інноваційна система дозволяє пристроям автоматично збирати, передавати та обробляти інформацію для оптимізації різних операцій та процесів. Наприклад, це може бути використано для моніторингу енергоспоживання в будинку, управління системами безпеки або відстеження стану обладнання в промислових процесах [12].

До *недоліків* впровадження цифрових технологій належать:

Залежність від технологій: Якщо є проблеми з мережею або відсутність навичок користування технологіями, це може стати перешкодою для туриста.

Приватність і безпека: Збір і обробка особистих даних туристів може породжувати питання стосовно приватності та може призвести до можливих порушень безпеки.

Ефект овертуризму: Легкий доступ до інформації і можливостей для подорожей може збільшити навантаження на деякі туристичні місця, що призводить до проблем з екологією і життям місцевого населення.

Кіберзлочини: Туристична галузь може бути підвернута кібератакам і шахрайству, що може негативно вплинути на якість послуг і довіру туристів.

Екологічний вплив: Виробництво і використання цифрових технологій вимагає значних ресурсів і може мати великий вуглецевий слід. Це може суперечити зусиллям сталого розвитку і призвести до негативного впливу на навколишнє середовище.

Вартість інфраструктури: Розробка та підтримка сучасних цифрових інфраструктур може бути дорогою, і ця витрата може бути перекладена на ціни на туристичні послуги, зробивши їх менш доступними для більшої кількості людей.

РОЗДІЛ 2. Діджиталізація туристичних маршрутів в Україні та світі.

2.1. Аналіз сучасного стану діджиталізації туристичних маршрутів у світі, досвід для України.

Діджиталізація туристичних маршрутів стала важливим напрямком для розвитку туризму в сучасному світі. Ця ініціатива дозволяє подорожнім отримати більше інформації, зручності та покращену якість обслуговування під час подорожі. Ось декілька прикладів успішних проєктів діджиталізації туристичних маршрутів у світі:

- *Google Maps* - це один з найпопулярніших інструментів для навігації та пошуку місць у світі. Він надає користувачам можливість знаходити та дізнаватися про туристичні атракції, ресторани, готелі та інші цікаві місця в реальному часі. Крім того, Google Maps також інтегрує фотографії та відгуки користувачів, що полегшує планування подорожі.

- *Airbnb* пропонує не лише житло, але й досвіди для подорожніх. Платформа Airbnb Experiences дозволяє локальним жителям пропонувати унікальні екскурсії та активності для гостей. Цей проєкт діджиталізації дозволяє подорожнім зблизитися з місцевою культурою та отримати незабутні враження.

- *National Geographic App* створила додаток, який дозволяє користувачам дізнаватися про туристичні маршрути та екскурсії з фотографіями та статтями від професіоналів у сфері подорожей.

- *Cultural Places* - це додаток, який допомагає подорожнім дізнаватися більше про культурні атракції та історичні пам'ятки у світі. Він надає інформацію про виставки, екскурсії та інші події, пов'язані з культурою.

Використання інтерактивних карт, аудіогідів та віртуальних екскурсій є важливими інструментами для поліпшення досвіду користувачів під час вивчення нового матеріалу, ознайомлення з історією або вивчення конкретного об'єкта чи місця. Ось деякі можливі застосування цих інтерактивних засобів:

- *Музеї і виставкові зони:* Використання аудіогідів та віртуальних екскурсій у музеях дозволяє відвідувачам докладніше дізнатися про експонати. Інтерактивні карти можуть допомогти орієнтуватися в просторі музею.

- *Туризм та подорожі:* Туристичні агентства можуть створювати віртуальні екскурсії, які допомагають туристам попередньо вивчити місцевості перед подорожжю. Інтерактивні карти і аудіогіди можуть служити як навігаційні засоби під час мандрівок.

- *Освіта:* Викладачі можуть використовувати інтерактивні карти для навчання географії або історії. Віртуальні екскурсії дозволяють студентам досліджувати різні місця і історичні події.

- *Бізнес-презентації:* Під час бізнес-презентацій інтерактивні карти можуть бути використані для візуалізації географічних даних та статистики. Аудіогіди можуть служити для надання додаткового пояснення.

- *Туристичні платформи і додатки:* Мобільні додатки та веб-сервіси для подорожей можуть включати інтерактивні карти з навігаційними функціями та аудіогідами для покращення туристичного досвіду.

- *Media і розваги:* У відеоіграх та фільмах можуть бути використані інтерактивні карти для створення більш іммерсивних світів, а аудіогіди можуть допомогти глядачам краще розуміти сюжет.

- *Наукові дослідження:* Вчені можуть використовувати інтерактивні карти для візуалізації географічних даних та результатів досліджень. Віртуальні екскурсії можуть використовуватися для дослідження важливих об'єктів та ландшафтів.

Діджиталізація має значний вплив на розвиток туризму, збільшуючи в першу чергу зацікавленість та зручність для споживачів послуг. Нижче наведено кілька засобів які демонструють цей вплив:

1. *Онлайн-пошук і бронювання:* Туристи можуть легко знаходити і порівнювати готелі, ресторани, авіабілетів і туристичні послуги за допомогою онлайн-пошуку та бронювання. Це дозволяє знайти оптимальні пропозиції та зекономити час і гроші.

2. *Мани та навігація:* Мобільні додатки та онлайн-карти роблять навігацію в незнайомих місцях простішою. Вони дозволяють туристам швидко знаходити маршрути, пункти призначення та цікаві місця.

3. *Віртуальні екскурсії:* Технології віртуальної реальності та аугментованої реальності надають можливість відвідувачам зануритися в історію, культуру та атмосферу місця ще до фактичного візиту.

4. *Мовні перекладачі:* Мобільні додатки для перекладу допомагають подолати мовні бар'єри та спілкуватися з місцевими жителями.

5. *Соціальні медіа:* Туристи можуть ділитися своїми враженнями, фотографіями та відгуками про подорожі у соціальних медіа, що інспірує інших подорожувати та надає корисну інформацію.

6. *Мобільні додатки та інтернет-ресурси:* Багато туристичних організацій, музеїв, ресторанів та інших підприємств надають мобільні додатки і веб-сайти, де туристи можуть знайти докладну інформацію про свої послуги та програми для відвідувачів.

7. *Онлайн-рецензії і рейтинги:* Туристи можуть дізнатися про досвід і відгуки інших подорожуючих, що допомагає їм зробити більш обізнаний вибір.

8. *Електронні квитки та безконтактна оплата:* Цифрові технології дозволяють подорожувати з меншою кількістю фізичних квитків та грошей, що робить подорожі зручнішими і безпечнішими.

9. *Реклама та персоналізація:* Маркетологи використовують дані та цифрові рекламні кампанії для привертання уваги туристів до конкретних місць та послуг, які відповідають їхнім інтересам.

Загалом, діджиталізація робить туризм доступнішим, зручнішим та захопливішим для подорожуючих. Туристи можуть легко отримувати доступ до інформації, забезпечувати безпеку своєї подорожі та спілкуватися з іншими мандрівниками, що підвищує загальну якість туристичного досвіду.

2.2. Існуючі цифрові технології у туристичній індустрії України та тенденції їх розвитку.

Сьогодні важко оцінити поточний стан розвитку туризму в Україні у порівнянні з іншими країнами через війну, яка спричинила практичне зупинення зовнішнього потоку туристів до країни. Ця ситуація призводить до стрімкої деградації туристичного бізнесу та буде потребувати значних інвестицій для відновлення. До початку військової агресії проти нашої держави Україна займала 78 місце із 140 країн за станом розвитку туристичної галузі та сегментів відпочинку [2]. Цей показник свідчить про рівень розвитку туризму, який є нижчим за середній, і це впливає на якість послуг у цій сфері. Таким чином, інноваційна діяльність туристичних підприємств українського туризму відповідає лише початковому етапу розвитку сфери у розвинених країнах. Основні цифрові технології, які можна віднести до сфери туризму в Україні, зазвичай включають цифрову рекламу, онлайн бронювання, окремі випадки віртуальної та доповненої реальності, а також ініціативи для розумного міста.

На сьогодні цифрова економіка у Україні є пріоритетним напрямом державного розвитку. В 2016 р. уряд ухвалив концепцію розвитку електронних послуг у Україні, а нещодавно (27 вересня 2019 р.) відбулася презентація Міністерства цифрової трансформації України, що є вагомим заявою до переходу нашої країни у еру цифрової економіки. Цифровізація чи діджиталізація є основою для розвитку сучасного бізнесу. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) кількість міжнародних мандрівників досягне 1,8 мільярдів осіб до 2030 р. чи раніше. Оскільки розвиток цього сектору відбувається швидше, ніж у міжнародній

економіці та торгівлі, важливим стає визначення його сталого росту та впровадження його в моделі розвитку виробництва та споживання міжнародних товарів та послуг.

Під цифровою економікою (англ. «digital economy») пропонуємо розуміти економіку, що базується на цифрових комп'ютерних технологіях. необхідно зауважити та той факт, що зростаюча цифрова економіка все більше взаємодіє з традиційними економічними моделями, ускладнюючи чітке розмежування між ними [5].

Діджиталізацію/цифровізацію тлумачимо як виробництво, продаж й постачання продуктів через комп'ютерні мережі. Діджиталізація уже декілька років є головним трендом й чинником зростання бізнесу. Технології трансформували як бізнес, також і його підходи до клієнтів. Цифрова революція охопила туристичний бізнес. Вона торкнулася майже всіх сегментів туристичної галузі, дозволяючи швидко планувати подорожі: миттєво бронювати квитки на літак, переглядати відгуки про ресторани та знаходити та орендувати житло у будь-якому куточку світу всього лише за кілька хвилин. Технології зробили це усе можливим та піднесли на новий рівень.

Розвиток цифрової економіки формує основні тенденції розвитку туристичного ринку у усьому світі, у тому числі, та у нашій країні. На думку експертів, найбільш важливими серед них є:

- «глобалізація туристичного бізнесу;
- активний розвиток транснаціональних Інтернет ресурсів;
- зближення постачальників туристичних послуг й споживачів;
- поява нових каналів дистрибуції;
- масовий вихід офлайн компаній у Інтернет;
- зміна моделі споживання: персоналізація підходу у організації подорожі;
- використання мобільних додатків.

Сучасні технології надають можливість туристам самостійно планувати й організовувати свої поїздки від початку та до кінця: купувати недорогі квитки на усі види транспорту, бронювати житло, складати маршрути, програму розваг. Найбільш поширеними інноваціями у туристичній сфері, пов'язаними із цифровими технологіями, з'явилися нововведення у галузі транспортних послуг й послуг розміщення (електронне бронювання, електронні квитки, електронні візи).

Однією із найперших інновацій виступає послуга «електронний квиток», а також електронні продажі у цілому, дають можливість отримувати необхідну інформацію. За останні роки бажання й вимоги клієнтів до сервісу досить виросли. із появою таких рішень, як Skyscanner, Airbnb, Couchsurfing, Maps.me й лоукостів самостійні мандрівки стали ще доступнішими.

У сучасному світі, який стає все більш глобалізованим, люди виявляють більше зацікавлення не у фінансових аспектах, а у витраченому часі. Тому значущість туристичних компаній набуває великого значення, більш ніж будь-коли. Втім компаніям необхідно розвивати гнучкість та будувати максимально персоналізовану комунікацію, аби задовольняти потреби вимогливих клієнтів. Також досить розширилась географія мандрівок українців й їхні вподобання. Якщо в 90-х 80 відсотків усіх мандрівників у Україні обирали Туреччину й Єгипет, то тепер турагенціям необхідно досліджувати десятки нових напрямків [14].

20 відсотків мандрівників вже визначилися, що їх цікавлять неординарні та екзотичні напрямки подорожей, такі як Балі, Південно-Східна Азія, Карибські острови, Мальдіви та Маврикій. Значну частину коштів, що витрачаються на цифровізацію галузі туризму в даний момент, становлять різноманітні додатки. Перші цифрові сервіси для мандрівників з'явилися ще на початку 2000-х років та фокусувалися на онлайн бронюванні житла та придбанні квитків. Наприклад, Booking.com, який став готельним агрегатором, дозволив потенційним клієнтам знайти невеликі готелі по всьому світу та отримати широкий доступ до бази клієнтів. Airbnb, наслідуючи успіх Booking.com, створив новий ринок оренди апартаментів. Сервіси таксі, такі як Uber та Gett, відтак приєднали до малого бізнесу велику кількість осіб, надали їм можливість заробляти, використовуючи власне авто, і зробили послуги таксі більш доступними.

Сучасну подорож важко уявити без використання таких платформ. Завдяки їм автоматично виникають рейтинги довіри між учасниками, що дозволяє швидко об'єднати на ринку продавців і покупців товарів та послуг. Ці платформи допомагають при укладанні угод та проведенні розрахунків, що дозволяє уникнути посередницьких ланок та мінімізувати витрати на виробничі та обмінні процеси. У цілому використання у роботі платформ надають можливість значно зміцнити взаємовідносини із клієнтом (інформувати й супроводжувати клієнтів у дорозі), продавати більше послуг й підвищувати їх ціну; підвищувати якість послуг (смартфон як ключ від номера, реєстрація у готелі через додаток, обмін повідомленнями із персоналом готельного господарства через додаток), покращувати емоційне сприйняття (відмітка де побували й сортування фото по місцях, нагадування, вказівки й інструкції у аеропорту, на вокзалі, порту, на борту судна). Наявність гострої конкуренції й широких можливостей на ринку додатків обумовлює доцільність розвитку даного напрямку у забезпеченні умов для створення та запуску цифрових платформ нового покоління.

Необхідно відмітити активне використання клієнтами коштів доповненої реальності у реальних самостійно організованих чи придбаних туристичних продуктах, пов'язані із використанням віртуальних гідів, довідкових систем, навігаційних продуктів різноманітних виробників. Подібні продукти можуть мати

комерційний характер, а можуть проводитися на замовлення муніципальних утворень DESTINATION, як, наприклад, мобільні додатки «Флоренція путівник» від eTips LTD, Metro AR Pro чи Flightradar24 від Travel Network Ltd.

Віртуально побувати на реальних DESTINATION у режимі реального часу можна із використанням встановлених в багатьох знакових місцях віртуальних камер, що транслюють у Internet. В сучасному світі інформаційних технологій важливу роль відіграють сайти й мобільні платформи. Важливо щоб сайт функціонував не лише на десктопі, але й із смартфона. Люди не розлучаються із власними телефонами й безліч операцій виконують за його допомогою. Це особистий комфорт й економія часу. Хороший сервіс—це не лише про готель, в якому відпочиватиме клієнт, чи тур, який він обере, а й зрозумілий сайт. оскільки клієнти уже давно не надають перевагу телефонним дзвінкам.

Більшість питань можна вирішувати в месенджерах й через сайт. Дослідження Trip Advisor, в якому брало участь понад 23 тисяч респондентів, підтверджує цю теорію. лише 1 відсотків бронюють житло, телефонуючи у агенцію. Найпопулярнішими методами бронювання є OTA (Online Travel Agencies—онлайн тревел агенції) й сайт компанії. Тому головний канал продажів має бути доступним та зрозумілим, а головне працювати бездоганно із будь-якої платформи. Якщо раніше комунікація й маркетингові активності в туристичному бізнесі зводились до афіш, телефонних дзвінків й рекомендацій, то на сьогодні один із найбільших плюсів діджиталізації—можливість збирати великий масив даних про наших клієнтів й аналізувати її, щоб вибудовувати індивідуальні й максимально персоналізовані пропозиції. Тому саме детально таргетована реклама в соціальних мережах, сегментовані розсилки й чіткі меседжі для кожної аудиторії. Ще одним новим явищем є те, як соціальні мережі впливають на сферу туризму. Як позитивний, так та негативний відгук можуть побачити сотні, а іноді та тисячі людей за лічені хвилини [5].

Також кожна соціальна мережа має свою специфіку й закони, їх необхідно дотримуватись. Це стосується та формату контенту, та вікової специфіки. Якщо у Instagram, Telegram, Pinterest, YouTube основа аудиторії—це молодь віком 16-25 років, то в Facebook відсоток старших людей у рази більший. Туристичні агенції розуміють, що до них звертаються люди, що у першу чергу цінують—час, тож миттєва комунікація—це обов'язкова умова. На рахунок онлайн-реклами, то вона у рази ефективніша, дієвіша й дешевша, ніж офлайн-реклама на телебаченні.

Також можна налаштувати детальний таргетинг: вік, географію й інтереси різноманітних цільових аудиторій. Також перед подорожжю можна завантажити офлайнові карти, що надають можливість вільно орієнтуватися у новому просторі, місцеві транспортні додатки, наявні в більшості великих міст. Для зручності можна скористатися планувальником поїздок. Ці додатки об'єднують інформацію про квитки, готелі й ін. важливі відомості, щоб мандрівник нічого не забув й здійснив усе задумане.

На сьогодні серед нових видів туризму виділяється віртуальний туризм. «Віртуальний туризм—діяльність індивіда, що надає можливість за допомогою використання сучасної комп'ютерної техніки й комунікаційних мереж створити та отримати максимально реалістичну сенсуальну інформацію про бажану DESTINATION із числа реально існуючих без фактичного переміщення у неї».

Віртуальний туризм також є перспективним засобом просування тієї або іншої зони відпочинку, він дає можливість потенційному туристу ознайомитися із культурними, історичними, рекреаційними можливостями місць відвідування та вибрати для себе найцікавіші об'єкти та заняття. Науковцями виділено у залежності від цілей відвідування мережі такі види віртуального туризму: освітній, пізнавальний, розважальний, науковий та екзотичний, кожен із що має свого клієнта та свої маркетингові кошти для залучення та утримання споживача. Віртуальні цифрові технології відіграють у цьому не останню роль. Однією із цих технологій є 3-D-панорама—спеціальна фотографія, що охоплює весь простір навколо однієї певної точки: на 360 ° горизонтально та не менше 180° вертикально. Віртуальна 3-D-панорама збирається із кількох фотографій, знятих ширококутним об'єктивом та об'єднаних за допомогою програмного забезпечення у одне безшовне зображення, що створює повне враження присутності клієнта у певній точці.

В разі об'єднання кількох 3-D-панорам, поєднаних між собою прямими чи перехресними переходами, можна говорити про 3-D-тури. у даний час деякі турагенти можуть запропонувати потенційним клієнтам напередодні покупки реального туристичного туру здійснити віртуальний 3-D-тур, проте у подальшому такі тури можуть та замінити реальні. Еволюційним проривом в розвитку інформаційних технологій є масштабне поширення blockchain (блокчейну).

Незважаючи на те, що дана технологія поки знаходиться на ранній стадії свого розвитку, вона уже демонструє великий потенціал із точки зору формування принципово нового цифрового механізму для обміну «цінними» даними. Блокчейн надає можливість значно збільшити надійність замовлень, бронювання й платежів, забезпечивши достовірність інформації й відгуків про послуги. у майбутньому блокчейн дозволить споживачеві безпосередньо працювати із виробником.

Це технології розподілених баз даних, що засновані на постійно продовжуваному ланцюгу записів й стійкою до фальсифікації, перегляду, злому та крадіжки інформації. Спочатку її розробляли для ринків криптовалют, але пізніше стали використовувати та у ін. сферах

Особливу значимість мають вплив цифровізації на зміну споживчого попиту і поведінки, гарний інформаційний супровід, в якому б містилася вся необхідна для мандрівника інформація. Згідно статистичних даних, що цифрові технології вкрай важливі для туристів як при виборі напрямку подорожі, так і під час нього.

При плануванні подорожі 80% українські туристи вивчають відео і фотографії, розміщені в соціальних мережах які стосуються обраної дестинації, 86% під час подорожі вважають головним наявність мобільного зв'язку, 73% туристів вважають, що електронні посадочні талони і квитки значно спрощують подорож, 75% туристів залишають свої відгуки на оглядових сайтах, 37% туристів вважають необхідним консьєрж-сервіс в смартфоні під час поїздки, 69% хочуть отримувати максимально можливий обсяг інформації про дестинацію, в яку вони приїхали [10].

Туристична індустрія України активно використовує цифрові технології для поліпшення якості обслуговування та залучення нових клієнтів. Ось деякі існуючі технології та їх тенденції розвитку:

Онлайн-бронювання та платформи для подорожей

- Веб-сайти та мобільні додатки: Платформи для пошуку та бронювання готелів, авіаквитків, оренди авто тощо. Такі сервіси як Booking.com, Airbnb, Expedia, Kayak і TripAdvisor надають можливість швидко знайти і забронювати житло, екскурсії, транспорт тощо.

Розширена реальність (AR) та віртуальна реальність (VR)

- Використання AR для туристичних атракцій: Додатки, які за допомогою AR дозволяють туристам отримувати інформацію про пам'ятки та історичні об'єкти, накладаючи їх історію або додаткові дані у реальному часі.

- VR-подорожі: Використання віртуальної реальності для створення іммерсивного досвіду подорожі, де людина може віртуально відвідати туристичні місця перед фактичним від'їздом.

Інтернет речей (IoT)

- Смарт-готелі та об'єкти інфраструктури: Використання IoT для покращення комфорту гостей (наприклад, управління освітленням, температурою, системи безпеки) і збору даних для аналізу протягом подорожі.

Аналітика та Big Data

- Персоналізовані рекомендації: Використання аналітики та даних для надання індивідуальних рекомендацій клієнтам щодо подорожей, маршрутів, ресторанів тощо.

- Прогнозування попиту та трендів: Використання Big Data для аналізу та прогнозування попиту на певні напрямки подорожей або види послуг.

Інтерактивність та соціальні медіа

- Соціальні медіа та рейтинги: Вплив соціальних медіа на вибір подорожі. Рецензії, відгуки, фото та відео, які ділять користувачі про свої подорожі, мають значення для інших туристів.

- Інтерактивні технології на об'єктах туризму: Інтерактивні експозиції в музеях, аудіогіди, QR-коди для додаткової інформації про пам'ятки.

Мобільні платежі та цифрові гаманці

- Безготівкові платежі в туризмі: Можливість оплати послуг та товарів за допомогою мобільних платіжних систем, що полегшує процеси оплати під час подорожі.

Тенденції розвитку включають посилення застосування штучного інтелекту для персоналізації пропозицій, розвиток технологій безпеки та конфіденційності даних у зв'язку з цифровими платформами, а також більшу інтеграцію цифрових рішень у всі сфери туристичної індустрії.

2.3. Діджиталізація туристичних маршрутів в Україні.

Діджиталізація туристичних маршрутів - це процес впровадження технологій інформаційно-комунікаційної сфери для поліпшення та розвитку туристичного напрямку в країні, яка включає використання цифрових інструментів, таких як мобільні додатки, веб-сайти, інтерактивні карти, віртуальні тури, QR-коди тощо, для зручності та залучення туристів. Один із таких прикладів діджиталізації туристичних маршрутів в Україні - це проект "Discover Ukraine" ("Відкрий Україну") [15], який реалізували у співпраці з Міністерством культури України та рядом місцевих організацій. Цей проект орієнтований на створення інтерактивних мобільних додатків та веб-платформи для просування та розширення туристичного потенціалу нашої держави.

"Discover Ukraine" надає можливість користувачам:

- 1) Інформацію про туристичні об'єкти: Додаток містить детальну інформацію про культурні пам'ятки, історичні місця, природні парки, музеї, археологічні об'єкти та інші цікаві місця для відвідування в Україні.

- 2) Інтерактивні карти та GPS-навігація: Користувачі можуть скористатися інтерактивними картами, які показують локації об'єктів та маршрути, а також використовувати GPS-навігацію для зручності подорожей.

- 3) Віртуальні тури та відеоматеріали: Додаток може включати віртуальні тури чи відеоматеріали, які дозволяють користувачам ознайомитися з місцями, не виходячи з дому, та зробити вибір щодо маршрутів.

4) QR-коди для додаткової інформації: Певні об'єкти мають QR-коди, які можна сканувати з мобільного додатка, щоб отримати додаткову інформацію про цей об'єкт.

5) Поради та рекомендації для подорожуючих: Додаток може також містити корисні поради та рекомендації щодо пересування, проживання, місцевої кухні та інших аспектів подорожей.

Цей проект є лише одним з численних прикладів діджиталізації туристичних маршрутів в Україні, що сприяє збільшенню доступності та зручності для туристів, які бажають досліджувати різноманітні туристичні можливості країни.

Іншим важливим проектом я вважаю є створення *мобільного додатку PoltavaOpen* (доступний для систем iOS й Android), його презентація відбулася 25 жовтня 2019 року в Полтавському обласному краєзнавчому музеї ім. Кричевського. Презентацію провела координатор проекту Poltava Open Олена Романенко. Проект – грантовий, результат більш широкої ініціативи Українського культурного фонду «Створюємо інноваційний культурний продукт». Його також підтримав департамент культури Полтавської ОДА [13].

Основа проекту це віртуальні 3-D панорами міст туристичних пам'яток, музеїв, засобів розміщення, закладів освіти й ін. цікавих туристичних дестинацій Полтавської області. Загалом відзнято близько 1000 найрізноманітніших об'єктів із них створено туристичні маршрути, й тури. Планується поповнення баз знімків. необхідно зазначити, що усі 3-D тури розділено на 13 категорій:

1. культура й мистецтво;
2. історичні пам'ятки й видатні місця Полтави;
3. туристичні маршрути (в різноманітних містах України);
4. соціальний напрямок (проблемні об'єкти області й міста);
5. бізнес (конференц-зали, коворкінг простори);
6. готелі й бази відпочинку;
7. освіта;
8. медицина;
9. краса й здоров'я;
10. дозвілля й розваги;
11. комерційні проекти (хід будівництва різноманітних об'єктів);
12. репортажі заходів (фестивалі та ярмарки);
13. діловий туризм.

Таким чином, даний проект показує Україну із різноманітних сторін та задає певні стандарти розвитку в сфері туризму. Це рішення допомагає зекономити час в процесі організації різноманітних заходів, оскільки не необхідно їхати на локацію й дивитися на неї, бо це можна зробити дистанційно. Цифровізація туристичної галузі в Україні набирає неабияких масштабів саме під час війни. Концепцію “віртуального туризму” можна розглядати з точки зору використання віртуальної реальності або доступності через віртуальні засоби.

“Електронний” туризм прагне модернізувати та трансформувати галузь подорожей шляхом застосування різних технологій, таких як доповнена та віртуальна реальність, 360-градусні фото та аудіо-гіді. Цифровий туризм надає можливість віртуально подорожувати, відвідуючи різноманітні локації у віртуальному світі. Саме одним із прикладів успішного застосування цифрових технологій – це туристичний хаб у Києві, який пропонує віртуальні екскурсії по столиці, використання 3D-моделей та доступ до аудіогідів під час маршрутів.

РОЗДІЛ 3. Рекомендації щодо заходів діджиталізації туристичних маршрутів в Україні.

3.1. Розробка інтегрованої стратегії діджиталізації для туристичних організацій та органів влади у сфері туризму.

Стратегія діджиталізації для туристичних організацій та органів влади у сфері туризму має на меті впровадження цифрових інструментів для покращення обслуговування та залучення більшої кількості туристів.

Ключові кроки та елементи такої стратегії (Рис. 3.1.) [11]:



Рис. 3.1. Ключові елементи інтегрованої стратегії діджиталізації [11].

-
- 1) Аналіз потреб та ресурсів:
 - Оцінка поточного стану та ідентифікація сильних та слабких сторін організацій, їхніх цілей та можливостей для діджиталізації.
 - Аналіз наявних ресурсів (людських, фінансових, технічних).
 - 2) Визначення стратегічних цілей:
 - Встановлення конкретних цілей діджиталізації: покращення доступу до інформації, залучення більшої аудиторії, підвищення рівня обслуговування тощо.
 - 3) Розробка та впровадження цифрових інструментів:
 - Створення або модернізація веб-сайтів, мобільних додатків, онлайн-платформ для надання інформації про туристичні об'єкти, послуги, події тощо.
 - Впровадження віртуальних турів, відеоматеріалів, QR-кодів для забезпечення більшого комфорту для туристів.
 - 4) Підтримка інтеракції з клієнтами:
 - Впровадження систем комунікації через соціальні медіа, чат-ботів, онлайн-консультантів для відповіді на запитання туристів та підтримки в реальному часі.
 - 5) Використання аналітики та збір даних:
 - Встановлення системи для збору та аналізу даних про відвідування, уподобання та поведінку туристів для оптимізації пропозицій.
 - 6) Розвиток умов для електронного бронювання:
 - Підтримка електронних систем бронювання готелів, екскурсій, транспорту тощо для зручності користувачів.
 - 7) Навчання та підтримка персоналу:
 - Організація навчальних курсів, тренінгів для персоналу з використання новітніх технологій та цифрових інструментів.
 - 8) Моніторинг та оцінка ефективності:
 - Постійний моніторинг результатів впровадження цифрових інструментів з метою коригування стратегії для досягнення максимальної ефективності.

Ця стратегія допоможе туристичним організаціям та органам влади у сфері туризму забезпечити більшу доступність інформації, покращити обслуговування та залучити більше туристів через використання сучасних цифрових технологій [11].

3.2. SWOT-аналіз сучасного стану діджиталізації туристичних маршрутів в Україні та вибір оптимальних цифрових рішень для конкретних туристичних регіонів.

SWOT-аналіз стану діджиталізації туристичних маршрутів в Україні допомагає ідентифікувати сильні та слабкі сторони, можливості та загрози цієї галузі, він важливий для вибору оптимальних цифрових рішень для конкретних туристичних регіонів. Нижче наводимо результати SWOT-аналізу:

Сильні сторони (Strengths):

- Багатство історії, культури та природних ресурсів в Україні, що надає широкі можливості для розвитку туризму.
- Зростаюча популярність цифрових інструментів серед туристів у всьому світі.
- Наявність потужної IT-інфраструктури та технічної експертизи.

Слабкі сторони (Weaknesses):

- Недостатня розвиненість деяких регіонів України з точки зору технологічної інфраструктури для туристичних цілей.
- Низький рівень усвідомлення переваг цифровізації серед деяких туристичних операторів та організацій.
- Недостатня координація між туристичними організаціями та владними структурами у впровадженні цифрових рішень.

Можливості (Opportunities):

- Зростання числа мобільних користувачів, що відкриває можливості для розвитку мобільних додатків та платформ.
- Підвищення інтересу до віртуальних турів та інших цифрових інструментів під час пандемії та після неї.
- Потенціал для створення інноваційних технологій для привертання уваги до унікальних туристичних маршрутів.

Загрози (Threats):

- Конкуренція з боку інших країн, які також активно використовують цифрові технології для розвитку туризму.
- Потенційні проблеми з приватністю даних та кібербезпекою при використанні цифрових платформ.

- Можливі технічні та організаційні перешкоди при впровадженні цифрових рішень у віддалених регіонах.

За результатами SWOT аналізу для туристичних регіонів України можна визначити найкращі цифрові рішення, які адаптовані до потреб, можливостей та викликів конкретного регіону.

Україна може похвалитися різноманітністю привабливих туристичних регіонів, кожен з них має свої власні неповторні особливості та цікаві атракції. Ось кілька популярних туристичних місць України:

- Карпати: Карпати - це гірський масив, що розташований у західній частині України. Цей регіон відомий своєю вражаючою природою, а також озерами, лісами та гірськими річками. Карпати приваблюють прихильників активного відпочинку, гірського туризму, лижного спорту та екологічного туризму.

- Кримський півострів: Крим відомий своєю багатою природою, включаючи гори, моря, обширні виноградники та історичні пам'ятки. Цей регіон пропонує широкий спектр туристичних можливостей, таких як відпочинок на курортах Чорного моря, екскурсії до античних пам'яток та можливості для активного а також оздоровчого відпочинку.

- Львів: Львів - це старовинне місто, яке славиться своєю величною архітектурою, вуличними кафе та ресторанами, а також різноманітними культурними подіями. Місто внесене до переліку об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО й приваблює туристів, які цінують багату історію та культурний досвід.

- Одеса: Одеса - це українське прибережне місто, розташоване на березі Чорного моря. Воно славиться своєю вишуканою архітектурою, привабливими пляжами, жвавим нічним життям та різноманітними культурними подіями. Одеса є популярним туристичним напрямком для літнього відпочинку.

- Київ: Українська столиця, Київ, вражає своїми багатими історичними та культурними атракціями, серед яких Софійський собор, Печерська Лавра, велика кількість цікавих музеїв, театральні постановки та різноманітні події. Крім того, місто славиться своєю динамічною та різноманітною нічною культурою, яка пропонує розваги для різних смаків та уподобань.

- Харків: Харків – друге за розмірами місто України та важливий культурний та економічний центр. Місто багате на музеї, парки, театри та різноманітні розважальні заклади.

- Донецькі області (Східна Україна): Цей регіон відомий своєю промисловістю та важливою історією у вугільній сфері. Туристи можуть відвідати шахти, музеї та інші цікаві місця, щоб отримати більше інформації про цей аспект української історії.

Підбір оптимальних цифрових рішень для конкретних туристичних регіонів України вимагає урахування унікальних особливостей кожного регіону та потреб подорожуючих. Нижче пропонується кілька рекомендацій щодо вибору цифрових рішень для різних типів туристичних регіонів в Україні:

1. *Гірські регіони (Карпати, Кримські гори):*

- Створення мобільних додатків, які містять інтерактивні карти, спрямоване на покращення досвіду гірського туризму, надаючи можливість користувачам планувати свої маршрути, отримувати відомості про гірські стежки та зручності в режимі офлайн/онлайн, а також забезпечувати інформацією щодо безпеки під час подорожі.

- Розробка аудіогідів з цікавими аспектами про природу гір, їх історію та фольклор, призначена для підвищення рівня інформованості та освіти туристів, що відвідують ці автентичні місця.

- Створення віртуальних екскурсій для віддаленого огляду гірських регіонів, що включають панорамні краєвиди та природні заповідники.

2. *Історичні міста (Львів, Київ, Одеса):*

- Створення мобільних додатків, що забезпечують користувачів інформацією про історичні місця, архітектурні шедеври та культурні перлини у старовинних містах для самостійного огляду.

- Впровадження QR-кодів на пам'ятниках та історичних місцях для зручного отримання додаткової інформації за допомогою мобільних додатків. Також застосування QR-кодів на вулиці міст для зручності туристів і популяризації міських пам'яток, атракцій тощо.

- Створення аудіогідів для музеїв та галерей, які надають інформацію про експозиції та історію для комфортного огляду.

3. *Чорноморські курорти (Одеса, Залізний Порт):*

- Створення мобільних додатків, які забезпечують інформацію про пляжі, ресторани, розваги та різноманітні активності, доступні на курортах.

- Розробка спеціальних онлайн-платформ для зручного замовлення готелів, гостьових будинків, екскурсій та транспорту.

- Додавання можливості отримання сповіщень про погодні умови та стан моря у мобільних додатках для людей, які відпочивають на пляжах.

4. *Промислові регіони (Донецьк, Дніпро):*

- Створення програм екскурсій, які пропонують відвідувати промислові пам'ятки, заводи та шахти за тематичними маршрутами.

- Створення віртуальних екскурсій для дистанційного вивчення виробничих майданчиків та промислових музеїв.

- Створення мобільних застосунків для технічних конференцій та виставок, які сприяють учасникам у плануванні та орієнтуванні під час подій.
- 5. *Регіони з природними заповідниками (Карпати, Кримські гори):*
 - Створення програмних додатків, які слугують для моніторингу даних про природні заповідники та збережені види.
 - Розробка віртуальних програм для віддаленого відвідування природних парків, що дозволяють побачити природні пам'ятки та екосистеми.

3.3. Впровадження маркетингових кампаній для просування цифрових маршрутів на прикладі Львівської області.

На Львівщині діє близько 150 туристичних маршрутів різних видів. У туристичних програмах Львівщини відображаються традиційні маршрути, де основними об'єктами для огляду та відвідування є історичні міста та старовинні поселення, а також визначні місця духовної та культурної спадщини, такі як храми, релігійні центри, замки, палаці, музеї. Програми також включають природні об'єкти спадщини, такі як заповідники, парки, курорти, гори, скелі, річки, водоспади та озера, а також установи культури й мистецтва, такі як театри, музеї, галереї. Такі маршрути також відображають осередки народних ремесел, меморіальні пам'ятники мистецтва, місця історичних подій та визначних особистостей, серед іншого. Саме тому, впровадження цифрових маршрутів на Львівщині має дуже великий потенціал оскільки на цих теренах знаходиться велика кількість храмів, палаців, замків та музеїв різного характеру а сучасні цифрові технології дали б змогу зафіксувати їх в тому стані в якому вони є. Пізніше весь цифровий матеріал можна використовувати для побудови віртуальних 3Д турів/екскурсій, реставрації чи реконструкції пам'яток, реконструкції подій того чи іншого часу, а також в рекламних кампаніях для популяризації існуючих туристичних маршрутів [6].

Впровадження маркетингових кампаній для просування цифрових туристичних маршрутів у Львівській області може включати цілий ряд заходів, спрямованих на привертання уваги до унікальних культурних, історичних та природних атракцій регіону. Нижче наводжу декілька можливих кроків для цього:

- *Створення веб-сайту та мобільного додатку.* Розробка веб-сайту та мобільного додатку, які містять інформацію про всі цифрові туристичні маршрути, включаючи детальні картографічні дані, інструкції, фото та відеоматеріали.
- *Віртуальні тури та 360-градусні екскурсії.* Створення віртуальних турів та 360-градусних екскурсій для найбільш популярних або унікальних місць у Львівській області.
- *Соціальні медіа та контент-маркетинг.* Активне використання соціальних медіа для публікації фото, відео, сторіз та розповідей про подорожі до Львівської області. Створення контенту про унікальні місця, традиції, культуру та кулінарію регіону для привертання уваги та підвищення зацікавленості.
- *Онлайн-реклама та геотаргетинг.* Запуск рекламних кампаній в Інтернеті, спрямованих на аудиторію, яка виявила інтерес до подорожей, та використання геотаргетингу для привертання уваги туристів, що перебувають у відпустці в інших місцях.
- *Партнерства з місцевими підприємствами.* Співпраця з готелями, ресторанами, магазинами та іншими підприємствами для створення спеціальних пропозицій та пакетів послуг для туристів, які обирають цифрові маршрути.
- *Організація онлайн-вебінарів та подій.* Проведення онлайн-вебінарів, лекцій, віртуальних подій про історію, культуру та традиції Львівської області.
- *Створення тематичних хештегів.* Використання у соціальних медіа тематичних хештегів, спрямованих на підвищення уваги до конкретних маршрутів чи подій, пов'язаних з областю.
- *Електронні розсилки та новини.* Відправлення регулярних електронних розсилок та новин про цифрові маршрути, події та актуальні подорожі в Львівській області.

Ці маркетингові кампанії мають на меті не лише привернути увагу до цифрових маршрутів Львівської області, а й підвищити інтерес та зацікавленість у туристів, створити потенціал для збільшення числа відвідувачів та розвитку туристичної індустрії в цьому регіоні.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Туристична галузь, завдяки появі нових цифрових технологій, знаходиться на етапі чергових перетворень. Нові технології, які створюються, дозволяють туристу безпосередньо працювати з виробником туристичної послуги, що сприяє наданню споживачеві більш якісного і недорогого продукту, підвищуючи відповідальність виробника. За результатами досліджень встановлено, що в міжнародному туризмі діджиталізація почала розвиватися в трьох основних напрямках: створення глобальних мереж бронювання та бронювання, поява електронного маркетингу та управління та розробка віртуальних турів. Створення глобальних мереж бронювання та бронювання (Global Distribution Systems) дозволило як експертам, так і

самим туристам легко шукати в Інтернеті привабливі готелі, комфортні засоби трансферу тощо. Сьогодні існує багато глобальних мереж бронювання та бронювання, серед яких Amadeus, Galileo, Worldspan, Sabre є найпопулярнішим; вони постійно вдосконалюються. Одним із напрямків цього процесу є перехід від онлайн-бронювання до повномасштабного підбору, а також порівняння та оплати турів.

Загалом, збільшення використання цифрових платформ та інструментів під час бронювання або дослідження подорожей сприяло зростанню фактичної кількості заброньованих ночей в Україні. У 2021 році 1 мільйон додаткових ночей в Україні було створено в результаті збільшення цифрових платформ та інструментів, що становить майже 4% переваги в 2021 році [9]. Це підтверджує, що активне використання цифрових платформ та інструментів під час бронювання або дослідження подорожей сприяло частковому збільшенню фактичної кількості ночей, заброньованих в Україні.

Таким чином діджиталізація в туризмі набуває різних форм і дає переваги для держави, регіону, окремого підприємства, споживача. Водночас існують певні обмежуючі чинники використання цифрових технологій, основними з яких є їх висока вартість, відсутній або слабкий Інтернет-зв'язок, недосконалість законодавства, відсутність окремих технологій, а також державної підтримки їх впровадження та інші. Недоліками цифровізації є те, що вона може приводити до безробіття (оскільки працю людини витісняють технології), існують також проблеми безпеки (зокрема ризик здійснення операцій через Інтернет). Беручи до уваги нові тенденції, гравці ринку продажу туристичних послуг планують боротися за клієнта у цифровому просторі, що є наслідком глобальної діджиталізації.

Також, в умовах відновлення після війни, Україна має прикласти багато зусиль для підтримки цифрового розвитку туризму в країні, що дозволить залучити більше відвідувачів, сприятиме створенню нових робочих місць та економічному розвитку країни. Використання віртуального туризму та цифровізація культурних цінностей – це не лише модна тенденція, але й сучасний інструмент, який сприяє розвитку об'єкту відвідування, а також може відобразити позитивний імідж місця, регіону чи країни.

Література

1. Гапоненко Г.І. Перспективи використання технології блокчейну в туристичній галузі / Г.І. Гапоненко, В.Ю. Василенко // Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». – 2019. – Вип. 10. – С. 193–199.
2. Гуцол А.В. Інноваційні технології в туризмі. Навчальний посібник. Северодонецьк: ПП«Поліграф-Сервіс», 2015. 343 с.
3. Ільницька-Гикавчук Г. Я. Роль цифрових платформ в зростанні туристичного бізнесу // Вісник Хмельницького національного університету 2021, № 6, Том. 1. - С. 232-234.
4. Кожухівська Р.Б. Digital-технології як основа розвитку туристичної діяльності в Україні / Р.Б. Кожухівська, В.О. Непочатенко // Економіка та держава. – 2020. – № 7. – С. 93–98.
5. Марусей Т.В. Діджиталізація туристичного сектору як інструмент розвитку в сучасних умовах / Т.В. Марусей // Ефективна економіка : електронне наукове фахове видання. – 2020. – № 8.
6. На Львівщині діє 150 туристичних маршрутів / dyvys.info [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dyvys.info/2013/07/29/na-lvivshchyni-dije-150-turystychnyh-marshrutiv/>
7. На Львівщині розробили мобільний додаток для туристів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bazilik.media/na-lvivshchyni-rozrobyly-mobilnyj-dodatok-dlia-turystiv>
8. Офіційний сайт Інформаційного агентства УНІАН. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unian.ua/tag/virtualniy-turizm>
9. Папп В.В. Вплив індустрії туризму на соціально-економічний розвиток регіону (на прикладі Закарпатської області) / В.В. Папп // Сталий розвиток економіки. – 2015. – №3 [28]. – С. 138-146.
10. Роль та значення індустрії туризму й гостинності у розвитку територій, громад, держави ; монографія / [за заг. редакцією д. е. н., проф. М. Ю. Барна]. Львів: ЛТЕУ, 2022. - 264 с.
11. Токаренко О.І. Цифрові технології у міжнародному туризмі та готельній індустрії / О.І. Токаренко, Т.В. Черемісіна, Н.І. Бабіна // Інфраструктура ринку. – 2020. – Випуск 44. – С. 126–130.
12. У Полтаві презентували мобільний додаток віртуальних подорожей містом POLTAVAOPEN / Інтернет видання Полтавщина. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://poltava.to/news/53076/>
13. Цвілій С.М., Бублей Г.А. Діджиталізація бізнес-процесів компаній з надання міжнародних туристичних послуг. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3765 .
14. “Discover Ukraine” (“Відкрий Україну”). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://discover.ua/locations>

References

1. Haponenko H.I. Perspektyvy vykorystannia tekhnolohii blokcheynu v turystychnij haluzi / H.I. Haponenko, V.Iu. Vasilenko // Visnyk KhNU im. V.N. Karazina. Seriya «Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Kraïnoznavstvo. Turyzm». – 2019. – Vyp. 10. – S. 193–199.
2. Hutsol A.V. Innovatsiini tekhnolohii v turyzmi. Navchalnyi posibnyk. Severodonetsk: PP«Polihraf-Servis», 2015. 343 s.
3. Ilynyska-Hykvachuk H. Ya. Rol tsyfrovyykh platform v zrostanti turystychnoho biznesu // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu 2021, № 6, Tom. 1. - S. 232-234.

-
4. Kozhukhivska R.B. Digital-tehnolohii yak osnova rozvytku turystychnoi diialnosti v Ukraïni / R.B. Kozhukhivska, V.O. Nepochatenko // *Ekonomika ta derzhava*. – 2020. – № 7. – S. 93–98.
 5. Maruseŭ T.V. Didzhytalizatsiia turystychnoho sektoru yak instrument rozvytku v suchasnykh umovakh / T.V. Maruseŭ // *Efektivna ekonomika : elektronne naukove fakhove vydannia*. – 2020. – № 8.
 6. Na Lvivshchyni diie 150 turystychnykh marshrutiv / dyvys.info [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://dyvys.info/2013/07/29/na-lvivshchyni-dije-150-turystychnykh-marshrutiv/>
 7. Na Lvivshchyni rozrobyly mobilnyi dodatok dlia turystiv. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://bazilik.media/na-lvivshchyni-rozrobyly-mobilnyj-dodatok-dlia-turystiv>
 8. Ofitsiinyi sait Informatsiinoho ahentstva UNIAN. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://www.unian.ua/tag/virtualnyi-turizm>
 9. Papp V.V. Vplyv industrii turyzmu na sotsialno-ekonomichni rozvytok rehionu (na prykladi Zakarpatskoi oblasti) / V.V. Papp // *Stalyi rozvytok ekonomiky*. – 2015. – №3 [28]. – S. 138-146.
 10. Rol ta znachennia industrii turyzmu y hostynnosti u rozvytku terytorii, hromad, derzhavy ; monohrafiia / [za zah. redaktsiiei d. e. n., prof. M. Yu. Barna]. Lviv: LTEU, 2022. - 264 s.
 11. Tokarenko O.I. Tsyfrovi tekhnolohii u mizhnarodnomu turyzmi ta hotelniŭ industrii / O.I. Tokarenko, T.V. Cheremisina, N.I. Babina // *Infrastruktura rynku*. – 2020. – Vypusk 44. – S. 126–130.
 12. U Poltai prezentuvaly mobilnyi dodatok virtualnykh podorozhei mistom POLTAVAOPEN / Internet vydannia Poltavshchyna. - [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://poltava.to/news/53076/>
 13. Tsvilyi S.M., Bublei H.A. Didzhytalizatsiia biznes-protsesiv kompanii z nadannia mizhnarodnykh turystychnykh posluh. – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3765 .
 14. “Discover Ukraine” (“Vidkryi Ukrainu”). [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://discover.ua/locations>