

## Цифрові технології як рушійна сила розвитку туристичних дестинацій

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

**Анотація.** У статті розглянуто вплив цифрових технологій на розвиток туристичних дестинацій у контексті сучасних викликів глобалізації та цифровізації економіки. Проаналізовано роль цифровізації у підвищенні конкурентоспроможності регіонів, оптимізації туристичних послуг та формуванні сучасного туристичного середовища. Підкреслено значення інтеграції цифрових платформ у туристичну галузь для забезпечення стійкого соціально-економічного розвитку регіонів.

**Ключові слова:** цифрові технології; туризм; туристичні дестинації; соціально-економічний розвиток; інновації.

### Digital technologies as a driving force for the development of tourist destinations

**Abstract.** The article examines the influence of digital technologies on the development of tourist destinations in the context of modern challenges of globalization and digitalization of the economy. The role of digitalization in increasing the competitiveness of regions, optimizing tourist services and forming a modern tourist environment is analyzed. The importance of integrating digital platforms into the tourism industry to ensure sustainable socio-economic development of regions is emphasized.

**Keywords:** digital technologies; tourism; tourist destinations; socio-economic development; innovations.

В умовах глобалізації та стрімкого розвитку цифрових технологій туристичні дестинації стикаються з новими викликами та можливостями. Цифровізація стає важливим фактором у підвищенні конкурентоспроможності регіонів, оптимізації туристичних послуг та формуванні сучасного туристичного середовища.

Цифровізація забезпечує туристичним регіонам доступ до інструментів, які дозволяють підвищити ефективність маркетингових стратегій, створювати нові туристичні продукти та покращувати досвід туристів. Використання великих даних, штучного інтелекту та CRM-систем сприяє аналізу туристичних потоків і вивченню споживчих уподобань. Наприклад, онлайн-сервіси бронювання, такі як Booking.com чи Airbnb, дають змогу туристичним компаніям оперативно реагувати на попит та пропонувати індивідуалізовані послуги. Крім того, впровадження цифрових технологій, таких як віртуальна та доповнена реальність, сприяє створенню нових форм туристичного досвіду, що підвищує привабливість регіонів для потенційних відвідувачів.[1]

Конкурентоспроможність туристичних регіонів значно підвищується завдяки впровадженню технологій віртуальної реальності та доповненої реальності, наприклад, використання віртуальної реальності стало важливим інструментом для презентації туристичних продуктів, формування попереднього досвіду подорожей і залучення нових клієнтів [2]. Інтернет речей також стає важливим інструментом для створення "розумної" туристичної інфраструктури, яка включає інтеграцію сенсорних пристроїв, мобільних додатків і платформ, що дозволяють підвищити якість обслуговування клієнтів [3].

Цифрові платформи стали ключовими інструментами для оптимізації операційної діяльності у туристичній сфері. Наприклад, системи онлайн-бронювання значно скорочують витрати на адміністрування та сприяють прозорості транзакцій. Крім того, впровадження чат-ботів на основі штучного інтелекту забезпечує цілодобову підтримку туристів, скорочуючи навантаження на персонал [4].

Платформи обміну інформацією між туристами, такі як TripAdvisor, формують нові можливості для реклами через відгуки користувачів. Аналіз даних на таких платформах дозволяє туристичним операторам оперативно адаптуватися до змін у попиті [5]. Також стрімкий розвиток мобільних додатків для туризму змінює саму природу подорожей, дозволяючи не лише оптимізувати маршрути та отримувати персоналізовані рекомендації, а й підвищують рівень задоволення від подорожі, пропонуючи більш інтерактивний та індивідуальний досвід [6].

Використання цифрових платформ значно змінило структуру туристичної індустрії. Наприклад, впровадження чат-ботів знизило витрати на обслуговування клієнтів до 30%, а час очікування відповіді скоротився на 50% [4]. Це дозволяє туристичним компаніям забезпечити кращий рівень сервісу та підвищити лояльність клієнтів.

Щодо мобільних додатків, дослідження показали, що 85% туристів використовують смартфони для планування подорожей, а понад 50% бронюють послуги безпосередньо через мобільні додатки [6]. Цей тренд відкриває нові можливості для персоналізації туристичних послуг і створення інтерактивного досвіду, що відповідає сучасним очікуванням клієнтів.

Крім того, використання технологій віртуальної реальності у туристичному маркетингу забезпечує збільшення рівня зацікавленості потенційних клієнтів на 25–30% завдяки створенню ефекту присутності [2].

У 2022 році ринок туристичних мобільних додатків виріс на 18%, досягнувши обсягу 1,2 мільярда доларів США [6]. Така динаміка демонструє високу популярність цифрових рішень серед туристів і підтверджує необхідність їх інтеграції в діяльність туристичних компаній.

Цифрові технології є потужним інструментом для підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій та значно змінюють підходи до управління туристичними дестинаціями. Інтеграція цифрових платформ, використання великих даних та впровадження інноваційних рішень сприяє оптимізації туристичних послуг, забезпечуючи їх доступність, скорочення витрат і залучення клієнтів. Таким чином, цифровізація стає основою сталого соціально-економічного розвитку туристичних регіонів.

#### Перелік використаних джерел

1. Шевелюк М.М. Цифровізація у сфері туризму: інноваційні тренди і пріоритетні напрями розвитку. *Питання культурології*. 2021. № 38. С. 226-235.
2. Beck J., Rainoldi M., Egger R. Virtual reality in tourism: a state-of-the-art review. *Tourism Review*. 2019. Vol. 74, № 3. P. 586-612.
3. Novera C. N., Ahmed Z., Kushol R., Wanke P., Azad M. A. K. Internet of Things (IoT) in smart tourism: a literature review. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*. 2022. Vol. 26, № 3. P. 325-344.
4. Jenneboer L., Herrando C., Constantinides E. The Impact of Chatbots on Customer Loyalty: A Systematic Literature Review. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*. 2022. Vol. 17, № 1. P. 212-229.
5. Дьяченко Р. В., Тонких О. Г. Соціальні медіа як ефективний інструмент реклами туристичних і готельних послуг. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2023. № 3. С. 111–116.
6. Dias S., Afonso V.A. Impact of Mobile Applications in Changing the Tourist Experience. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*. 2021. Vol. 11, № 1. P. 113-120.

**Нестеров Микита Сергійович** - аспірант 1 курсу кафедри підприємництва, торгівлі та туристичного бізнесу, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, [nester006@gmail.com](mailto:nester006@gmail.com)

**Mykyta Nesterov** - PhD student (1st year), Department of Entrepreneurship, Trade, and Tourism Business, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics