

ЦИФРОВІ ІННОВАЦІЇ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

¹Херсонський державний аграрно-економічний університет

Анотація. досліджено роль цифрових інновацій як ключового чинника підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій у сучасних умовах. Обґрунтовано перехід галузі до парадигми *Tourism 4.0*, яка базується на комплексній трансформації бізнес-моделей та клієнтського досвіду. Визначено, що цифровізація не лише сприяє швидкому налагодженню комунікацій, а й відіграє стратегічну роль у формуванні позитивного іміджу регіону.

Ключові слова. цифрові інновації; цифрова трансформація; конкурентоспроможність; туристична дестинація; персоналізація сервісу.

Abstract. *The role of digital innovations as a key factor in increasing the competitiveness of tourist destinations in modern conditions has been studied. The transition of the industry to the Tourism 4.0 paradigm, which is based on the complex transformation of business models and customer experience, is substantiated. It was determined that digitalization not only contributes to the rapid establishment of communications, but also plays a strategic role in forming a positive image of the region.*

Keywords. digital innovations; digital transformation; competitiveness; tourist destination; personalization of the service.

В умовах глобалізації та зростаючої конкуренції індустрія гостинності зазнає фундаментальних трансформацій, зумовлених стрімким розвитком цифрових технологій, які докорінно змінюють не лише внутрішню операційну діяльність суб'єктів туристичного бізнесу, а й механізми формування туристичного продукту, методи просування територій та способи взаємодії з туристами. Впровадження цифрових інновацій створює передумови для ефективної діяльності, удосконалення сервісної комунікації та розробки унікальних туристичних продуктів. Реалізація зазначених заходів формує стратегічні переваги дестинації та дозволяє їй займати провідні позиції у глобальному туристичному просторі.

Цифрові інновації в туризмі виступають інструментом впровадження новітніх технологій з метою створення нових і вдосконалення існуючих туристичних продуктів та процесів обслуговування. Їх реалізація забезпечує зростання ефективності функціонування дестинації та створення додаткової вартості для відвідувачів, а широкий спектр таких технологічних рішень не лише трансформує внутрішню діяльність суб'єктів галузі, а й оптимізує комунікаційні канали з партнерами та споживачами.

Цифрові інновації характеризуються здатністю інтегруватися в усі аспекти бізнесу, починаючи від операційних процесів і закінчуючи стратегією управління. Впровадження інновацій сприяє модернізації операційної діяльності та автоматизації типових сервісних циклів, що дозволяє не лише підвищити стандарти обслуговування, а й забезпечити персоналізацію клієнтського досвіду у формуванні стійких конкурентних переваг дестинації на ринку послуг [1].

Розвиток цифрових процесів у туристичному секторі зумовив виникнення парадигми *Tourism 4.0*, яка є галузевою адаптацією концепції *Industry 4.0* до специфіки туристичної індустрії. Цей етап характеризується системною трансформацією управлінських стратегій, маркетингових комунікацій та споживчих практик на засадах повсюдного впровадження високих технологій. За таких умов цифровий туризм розглядається як інноваційний формат функціонування галузі, що фундаментально змінює сутність подорожі на всіх рівнях, починаючи від алгоритмів планування маршруту й



завершуючи способами споживання рекреаційного та культурного контенту. Завдяки синергії технологічних рішень створюється цілісне цифрове середовище, в якому кожна інновація підсилює дію інших, починаючи від збору первинних даних IoT-пристроями до їх інтелектуальної обробки інструментами Big Data та візуалізації за допомогою технологій доповненої реальності. Така трансформація забезпечує тристоронній вигравш у підвищенні своєї рентабельності підприємствами, ефективному запобіганні овертуризму місцевою владою та отриманні безперервного та емоційного наповненого досвіду взаємодії з дестинацією туристами [2].

Ще один важливий аспект підвищення ефективності туристичних дестинацій в умовах цифровізації стосується інвестиції у високошвидкісний інтернет та мобільні додатки, що зробить подорожі Україною значно зручнішими для туристів. У цьому контексті особливого значення набувають мобільні технології, що стають не лише каналом комунікації, а й потужним інструментом просування послуг, підвищення ефективності бізнес-процесів і формування довгострокової лояльності споживачів.

Цифрова трансформація в туризмі потребує зваженого підходу до оцінки витрат та ризиків, де важливо забезпечити баланс між комерційною доцільністю та високими стандартами обслуговування. У сучасних реаліях цифровізація перетворюється на стратегічний ресурс для швидкої відбудови галузі та ефективного маркетингу територій. Розвиток мобільних сервісів не лише спрощує логістику для туриста, а й системно покращує імідж держави, позиціонуючи її як передовий та відкритий туристичний напрям [3].

Конкурентні переваги цифрових інновацій для підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій визначаються перш за все посиленням клієнтського досвіду для врахування майбутніх можливостей розвитку туризму та індустрії гостинності. Цифрові інструменти трансформують розуміння потреб відвідувачів і надають суб'єктам туристичної сфери поглиблені уявлення про їхні бажання та можливості використати власний досвід для прогнозування та задоволення очікування туриста. Впровадження цифрових інструментів трансформує операційну модель дестинації, вивільняючи працівників від механічної роботи на користь створення унікального клієнтського досвіду. Автоматизація процесів забезпечує якість та операційну досконалість, тоді як вивільнений часовий ресурс дозволяє зосередитися на персоналізації послуг, що безпосередньо підвищує лояльність туристів та загальну ефективність бізнесу. Конкурентна перевага сучасної дестинації базується на здатності конвертувати значний обсяг даних з різних каналів комунікацій у власні управлінські рішення, що дозволяє не просто спостерігати за ринком, а випереджати його, створюючи бездоганний туристичний досвід завдяки глибокому розумінню потреб відвідувачів [4].

Впровадження цифрових інструментів зумовлює комплексну трансформацію бізнес-моделей, за якої туристичні дестинації перетворюються на інтегровані платформи для взаємодії бізнесу, влади та туристів. Використання цифрових інновацій не лише зміцнює конкурентоспроможність дестинацій через оптимізацію витрат та автоматизацію рутинних процесів, а й підвищує якість сервісу. Це дозволяє переорієнтувати людський капітал на розв'язання складних, високоперсоналізованих запитів, що є критично важливим для сучасної індустрії гостинності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бондар О. В., Фокіна-Мезенцева К. В. Вплив цифрових інновацій на конкурентоспроможність суб'єктів міжнародного бізнесу. *Actual Problems of Economics*, 2025. №2 (284), С. 178-187.

2. Салун, М. Тимошенко К. Tourism 4.0 I SMART-Дестинації як вектори цифровізації туристичної галузі України у європейському інтеграційному просторі. *Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry*, 2025. № 3 (17), С 160-166.

3. Барвінок Н. В., Кирилюк І. М. Використання маркетингових інструментів для підвищення ефективності туристичних підприємств України в повоєнний період. Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та



туризму України : кол. монографія / За ред. Н. В. Якименко-Терещенко, Д. В. Райко, О. О. Носирева. Харків : НТУ «ХПІ», 2026. С. 72-97.

4. Валінкевич Н., Шестакова А. Цифрова трансформація як конкурентна перевага в індустрії туризму та гостинності. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 68. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4914>

Литвин Оксана Вікторівна - доктор філософії, доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу Херсонський державний аграрно-економічний університет, м. Кропивницький. Okslit79@ukr.net

Кирилюк Ірина Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу Херсонський державний аграрно-економічний університет, м. Кропивницький. irina_kurul@ukr.net

Lytvyn Oksana V. Ph.D., Associate Professo, of the Department of Hotel, Restaurant, and Tourism Business, Kherson State Agrarian and Economic University, Kropyvnytskyi.

Kyryliuk Iryna M. PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Hotel, Restaurant, and Tourism Business, Kherson State Agrarian and Economic University, Kropyvnytskyi.

