

УДК 338.48: 004.9
DOI: 10.60022/2(6)-27S

Марусей Тетяна Володимирівна

кандидат економічних наук, доцент

доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, Україна

Marusei Tetiana

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Associate Professor of the Department of tourism and hotel-restaurant business chair

Kamianets-Podilskyi Ivan Ohienko National University, Ukraine

ORCID: 0000-0002-1018-702X

Мазур Наталія Анатоліївна

доктор економічних наук, професор

завідувач кафедри економіки підприємства

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, Україна

Mazur Natalia

Doctor of Economic Sciences, Professor,

Head at the Department of Enterprise Economics

Kamianets-Podilskyi Ivan Ohienko National University, Ukraine

ORCID: 0000-0002-4670-6805

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ТУРИЗМУ ТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Анотація. У статті досліджуються теоретико-методологічні та практичні засади інноваційного розвитку туризму й індустрії гостинності в умовах цифрової трансформації економіки. Обґрунтовано роль цифровізації як ключового чинника підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств та готельно-ресторанних закладів, формування нових бізнес-моделей. Проаналізовано сучасні тренди застосування інформаційно-комунікаційних технологій у туризмі та індустрії гостинності. Розглянуто особливості цифровізації вітчизняного туристично-рекреаційного комплексу, а також перспективні напрями впровадження інновацій – інтеграція штучного інтелекту, автоматизація сервісних процесів, розвиток віртуальних і доповнених реальностей у сфері гостинності. Визначено, що інноваційний розвиток туризму та індустрії гостинності в умовах цифровізації забезпечує підвищення ефективності управління, покращення якості туристичних послуг та формування сталих конкурентних переваг.

Ключові слова: туризм, туристична індустрія, гостинність, готельно-ресторанна сфера, цифровізація, діджиталізація, інновація, цифрові технології, штучний інтелект.

INNOVATIVE DEVELOPMENT OF TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION

Abstract. The article examines the theoretical, methodological and practical principles of innovative development of tourism and the hospitality industry in the context of digital transformation of the economy. The role of digitalization as a key factor in increasing the competitiveness of tourism enterprises and hotel and restaurant establishments, the formation of new business models is substantiated. Modern trends in the application of information and communication technologies in tourism and the hospitality industry are analyzed. The features of digitalization of the domestic tourism and recreation complex are considered, as well as promising areas for implementing innovations - integration of artificial intelligence, automation of service processes, development of virtual and augmented realities in the hospitality sector. It is determined that innovative development of tourism and the hospitality industry in the context of digitalization ensures increased management efficiency, improved quality of tourist services and the formation of sustainable competitive advantages. Digitalization is a key factor in the innovative development of tourism and the hospitality industry, as it transforms traditional business models, contributes to the formation of new formats

of tourism products and expands the possibilities of interaction with consumers. The use of modern information technologies creates conditions for personalization of service, improvement of service quality and optimization of management processes in the tourism and recreation sector. The innovative development of tourism and the hospitality industry acquires particular importance in the conditions of post-war economic recovery of Ukraine. Digital technologies can become a tool for the rapid reconstruction of tourism infrastructure, the revival of cultural and recreational resources, the creation of new competitive products that will contribute to the integration of Ukraine into the global tourism space.

Keywords: *tourism, tourism industry, hospitality, hotel and restaurant sector, digitalization, digitalization, innovation, digital technologies, artificial intelligence.*

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку світової економіки характеризується стрімким упровадженням цифрових технологій, які докорінно трансформують бізнес-моделі, організаційні процеси та способи взаємодії зі споживачами. Туризм і індустрія гостинності, як одні з найбільш динамічних та чутливих до глобальних змін сфер, зазнають особливо інтенсивного впливу цифровізації. Поширення онлайн-платформ бронювання, мобільних застосунків, систем Big Data, технологій віртуальної та доповненої реальності, штучного інтелекту та Інтернету речей відкриває нові можливості для підвищення конкурентоспроможності підприємств, створення персоналізованих послуг і формування якісно нового туристичного досвіду.

Водночас розвиток цифрового середовища супроводжується низкою викликів: відсутністю уніфікованих підходів до розуміння поняття «цифровий туризм», недостатнім рівнем цифрової інфраструктури в окремих регіонах, нерівномірністю доступу суб'єктів ринку до інноваційних ресурсів, а також браком комплексної державної підтримки цифрової трансформації туристично-гостинної сфери. Крім того, актуальними залишаються питання безпеки даних, кіберзахисту та готовності персоналу працювати в умовах нових цифрових реалій.

Таким чином, наукове осмислення інноваційних підходів до розвитку туризму й індустрії гостинності в умовах цифровізації є нагальною потребою, адже саме інтеграція інноваційних технологій у поєднанні з ефективним управлінням здатна забезпечити стійкий розвиток галузі, підвищити її адаптивність до глобальних викликів та посилити конкурентні переваги України на міжнародному туристичному ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковці та практики, які досліджують питання цифровізації туризму та індустрії гостинності як інструменту розвитку в сучасних умовах, акцентують увагу на їх різних аспектах. Це тим більше актуалізує тематику досліджень нових форм та методів організації підприємств туристичної сфери та індустрії гостинності в умовах цифрової економіки, визначає вплив цифровізації бізнес-процесів на діяльність підприємств даних індустрій. Дослідження цифровізації індустрії туризму України посідають суттєве місце в наукових працях вітчизняних науковців. Зокрема, Виговського Д.[7], Конарівської О.[7], Цвілого С.[13], Жилко О.[13], Зайцевої В.[13] та багато інших. Різні аспекти стратегії цифровізації готельно-ресторанного бізнесу, а саме: питання сутності стратегій цифрового маркетингу, шляхи їх формування та реалізації, впливу на трансформацію бізнес-моделей висвітлено в масиві досліджень Пукача Я.[11], Тищенко С.[12], Бондар С.[6], Барна М.[5], Мельник І. [5] та ін. Однак, попри чималу кількість праць, вивчення цифровізації туризму та індустрії гостинності потребує додаткових досліджень, насамперед, комплексного підходу.

Метою статті є обґрунтування теоретичних засад та практичних підходів до інноваційного розвитку туризму та індустрії гостинності в умовах цифровізації, визначення ключових тенденцій і викликів цифрової трансформації, а також окреслення напрямів підвищення конкурентоспроможності галузі на національному та міжнародному рівнях.

Виклад основного матеріалу. Підприємства туризму та індустрії гостинності є одними з найбільш залежних від рівня економічного розвитку країни. Як засвідчила глобальна пандемічна криза, саме ця сфера серед інших галузей економіки виявилася найбільш вразливою до сучасних ризиків та викликів. В Україні індустрія туризму та гостинності тривалий час не належала до пріоритетних напрямів економічної політики та фактично не отримувала системної державної підтримки. Розвиток готельного та ресторанного бізнесу здійснювався здебільшого завдяки приватним ініціативам. У перший рік повномасштабної війни галузь зазнала значних втрат: обсяги скоротилися більш ніж на 65-70 % у валютному еквіваленті та приблизно на 55-60 % за кількістю діючих закладів. Такі тенденції підтверджують актуальність дослідження інноваційних підходів і механізмів розвитку туристичних та

готельно-ресторанних підприємств в умовах нових загроз і трансформаційних викликів. Сучасні реалії змушують підприємства ширше впроваджувати інноваційні продукти та сучасні форми обслуговування. Подальший розвиток туристичної інфраструктури та стимулювання внутрішніх туристичних потоків потребують значних капіталовкладень і витрат на інноваційні рішення.

Інновація як економічна категорія трактується як підсумковий результат інноваційної діяльності, що знаходить своє відображення у створенні та комерціалізації нового чи вдосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нової або модернізованої технології, яка використовується у практичній діяльності, чи у нових підходах до надання послуг. Успішність інновацій визначається насамперед особистими та підприємницькими якостями інноватора, а також ефективністю інноваційної інфраструктури, що забезпечує трансформацію ідеї у практичний результат.

Інноваційна інфраструктура – це система організацій та інституцій, які сприяють реалізації інноваційних проєктів, забезпечуючи управлінську, матеріально-технічну, фінансову, інформаційну, кадрову, консультаційну та організаційну підтримку. Вона виступає своєрідною ресурсною платформою інноваційного процесу, яка, на відміну від точкового фінансування окремих проєктів, створюється для всіх інноваторів і винахідників. Використовуючи потенціал інноваційної інфраструктури, інноватор отримує можливість реалізувати власні розробки.

Рівень поширення інновацій є індикатором конкурентоспроможності держави у світовій економіці. Країни з «інноваційною економікою» перебувають на найвищому щаблі економічної еволюції. Натомість економіка України характеризується як транзитивна, що перебуває у процесі переходу до інноваційної моделі розвитку.

Ключовою особливістю сучасного етапу економічного розвитку є зростання значення інновацій як фундаментальної основи економічного зростання держав. Провідні країни світу дедалі більше конкурують, спираючись на високі технології та унікальні нематеріальні активи. Інноваційна діяльність у сфері гостинності орієнтована на створення нових або вдосконалення існуючих продуктів, підвищення якості транспортних, готельних, ресторанних та інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій і прогресивних організаційно-управлінських рішень.

Туристична індустрія та сфера гостинності, для яких процеси цифровізації набули особливої актуальності, отримали можливість розширювати цільову аудиторію, підвищувати якість сервісу та розвиватися прискореними темпами завдяки використанню зростаючої кількості сучасних цифрових платформ, орієнтованих на цифрову трансформацію діяльності підприємств і впровадження інновацій. Останніми роками Україна демонструє динамічний прогрес у сфері цифровізації, розглядаючи її як інструмент розвитку туристичної індустрії та підвищення конкурентних позицій на міжнародному ринку туристичних послуг[12].

Згідно з урядовою концепцією цифровізації, цей процес розуміється як насичення фізичного середовища електронно-цифровими пристроями, засобами й системами з одночасним налагодженням електронно-комунікаційного обміну між ними. У результаті формується інтегрована взаємодія реального та віртуального просторів, що фактично створює кіберфізичне середовище.

Станом на сьогодні єдиного визначення поняття «цифровий туризм» не сформовано. Це пояснюється тим, що цифровізація як суспільне явище почала поширюватися ще у 1960-1970-х роках ХХ ст., а з розвитком економічних відносин, побудованих на використанні цифрових інформаційно-комунікаційних технологій, у науковий обіг у 1995 р. було введено термін «цифрова економіка». Наразі для процесів цифровізації ще не створено повноцінного правового підґрунтя, однак як науковці, так і практики усвідомлюють, що подальше економічне зростання неможливе без її впровадження. Цифровізація охоплює всі сфери національної економіки, зокрема й туристичну галузь, відкриваючи нові можливості для бізнесу та соціально-економічного розвитку.

На сьогодні цифрова економіка визначена в Україні як пріоритетний напрям державної політики. У 2016 р. було затверджено Концепцію розвитку електронних послуг, а 27 вересня 2019 р. відбулася офіційна презентація Міністерства цифрової трансформації України, що стало важливим кроком на шляху до переходу держави в еру цифрової економіки.

Цифровізація, або діджиталізація, виступає ключовою основою розвитку сучасного бізнесу. За прогнозами Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), кількість міжнародних туристів досягне 1,8 мільярда осіб до 2030 року або навіть раніше. Враховуючи, що темпи зростання туристичної галузі перевищуватимуть динаміку розвитку світової економіки та міжнародної торгівлі, особливого значення набуває забезпечення її сталого розвитку та інтеграція з глобальними моделями виробництва

і споживання товарів та послуг.

В Україні цифрова трансформація туризму формується на основі ключових стратегічних документів, зокрема: Національної концепції розвитку цифрових компетентностей до 2025 року [2], візії «Україна 2030 – країна з розвинутою цифровою економікою»[4], а також Стратегії розвитку туризму та курортів до 2026 року[3]. Ці документи визначають правові засади, стратегічне бачення та напрями політики, які створюють основу для цифрової модернізації туристичної індустрії.

Особливе значення має Стратегія розвитку туризму та курортів до 2026 року, адже вона безпосередньо впливає на процеси цифровізації сфери туризму. Стратегія ґрунтується на інтегрованому підході до формування та реалізації державної політики у туристичній галузі та передбачає поєднання трьох ключових складових: галузевої – міжгалузева координація та системний розвиток складових індустрії туризму й курортів; територіальної – міжрегіональна співпраця, досягнення рівномірного і збалансованого розвитку туристичних регіонів, територій та зон; секторальної – створення ефективної системи стратегічного планування розвитку різних видів туризму на основі їх чіткої класифікації та визначення державних і регіональних пріоритетів[3].

Сучасна цифрова епоха знаменує початок нової індустріальної доби – «Індустрії 4.0», головною метою якої є підвищення ефективності виробництва завдяки використанню можливостей комп'ютерних технологій. Технології нового покоління, що стали основою концепції «Індустрія 4.0», справили трансформаційний вплив на більшість галузей світової економіки. Практика розвинених країн, які досягли значних успіхів у цифровізації туристичної сфери, демонструє: для реалізації туристичного потенціалу необхідним є створення єдиної цифрової платформи індустрії, що найчастіше формується за аналогією з концепцією «Індустрія 4.0».

На цій основі сформувалася концепція «Туризм 4.0», яка відтворює ключові принципи «Індустрії 4.0»: посилення ролі наукових розробок і технологічних інновацій; прагнення до максимальної автоматизації всіх процесів у галузі; побудова автономних систем управління з використанням технології Інтернету речей для ефективної координації підсистем та ланок. «Туризм 4.0» можна розглядати як новий етап розвитку індустрії туризму, що ґрунтується на використанні передових цифрових технологій для покращення туристичного досвіду. Він означає еволюцію галузі в напрямі її модернізації, інтеграції та підвищення стійкості.

Особлива практична цінність концепції полягає у застосуванні штучного інтелекту та технологій обробки великих даних для персоналізації туристичних послуг. Використання алгоритмів машинного навчання та аналітики Big Data дає змогу туристичним компаніям формувати індивідуальні рекомендації щодо маршрутів, готелів, ресторанів та визначних пам'яток, орієнтуючись на уподобання й інтереси конкретного мандрівника.

Іншим важливим аспектом «Туризм 4.0» є використання віртуальної та доповненої реальності для створення унікального та захоплюючого досвіду подорожі. За допомогою VR-технологій туристи можуть подорожувати в електронному вигляді та відвідувати місця, до яких вони не можуть мати доступу в реальному житті. Від відвідування старовинних руїн до дайвінгу в коралових рифах, віртуальна реальність дозволяє мандрівникам випробувати всю красу та різноманітність світу без фізичної присутності[9, 13].

У сучасних умовах стрімкого розвитку цифрових технологій готельно-ресторанний бізнес зазнає значних трансформацій. Цифровізація є ключовим фактором підвищення ефективності управління, оптимізації бізнес-процесів та покращення якості обслуговування клієнтів. Використання новітніх технологій дозволяє підприємствам галузі адаптуватися до сучасних викликів і відповідати змінам у поведінці споживачів. Цифровізація гостинності являє собою сукупність заходів, спрямованих на впровадження сучасних цифрових технологій з метою вдосконалення системи управління, підвищення якості обслуговування клієнтів, ефективності маркетингових кампаній та операційної діяльності підприємств індустрії гостинності. Її головна мета полягає в раціональному використанні цифрових інструментів для досягнення бізнес-цілей і зміцнення конкурентних позицій на ринку[5, 11, 12].

Науковці визначають, що ключовими складовими цифровізації є такі напрями:

1. Автоматизація бізнес-процесів: запровадження систем управління готельною діяльністю (PMS – *Property Management Systems*), які забезпечують ефективне управління бронюваннями, номерним фондом і фінансовими операціями; використання POS-систем (*Point of Sale*) у закладах ресторанного господарства для швидкої обробки замовлень і розрахунків; застосування чат-ботів і голосових асистентів для оперативної клієнтської підтримки та надання онлайн-консультацій.

2. Цифровий маркетинг та формування онлайн-присутності: використання SEO-технологій

і контент-маркетингу з метою залучення нових клієнтів і підвищення органічного трафіку на вебресурси готелів і ресторанів; активна діяльність у соціальних мережах (Instagram, Facebook, TikTok, YouTube) для просування послуг, створення блогів та здійснення email-розсилок задля комунікації з цільовою аудиторією; використання інфлюенсер-маркетингу та співпраця з travel-блогерами для зміцнення іміджу та підвищення впізнаваності бренду.

Цифровий маркетинг посідає ключове місце у розвитку готельно-ресторанного бізнесу з низки причин (адаптація до змін ринку: використання цифрових стратегій дає змогу підприємствам оперативно реагувати на нові тенденції, зміни споживчої поведінки та динаміку попиту; підвищення рівня задоволеності клієнтів: завдяки цифровим технологіям підприємства гостинності можуть глибше аналізувати потреби споживачів, формувати персоналізовані пропозиції, зміцнювати лояльність і перевищувати очікування клієнтів; гнучкість і швидкість реагування: інструменти цифрового маркетингу сприяють впровадженню інновацій, автоматизації процесів та ефективному управлінню ресурсами підприємств; підготовка до викликів і ризиків: завчасне прогнозування можливих труднощів і створення адаптивних стратегій дозволяють підвищити стійкість бізнесу в умовах нестабільності; посилення конкурентоспроможності: цифровий маркетинг допомагає формувати унікальний імідж бренду, розширювати аудиторію та підвищувати впізнаваність підприємства серед конкурентів; мінімізація ризиків: ретельно розроблена цифрова стратегія сприяє виявленню потенційних загроз, їхньому зниженню та забезпеченню стабільності бізнесу; сприяння сталому розвитку. Використання новітніх технологій створює підґрунтя для безперервного вдосконалення бізнес-моделі та довготривалого зростання).

Отже, цифровий маркетинг у сучасних умовах є інструментом просування, та напрямом розвитку готельно-ресторанного бізнесу, що забезпечує його адаптивність, клієнтоорієнтованість і стабільність.

3. Персоналізація сервісу: використання CRM-систем (*Customer Relationship Management*) для аналізу вподобань гостей та надання індивідуальних пропозицій; застосування технологій Big Data і штучного інтелекту для прогнозування поведінки клієнтів і їхніх потреб; реалізація програм лояльності через мобільні додатки або цифрові картки.

4. Мобільні технології та безконтактні сервіси: використання мобільних додатків для бронювання номерів, онлайн-замовлення страв у номер і швидкої процедури виїзду; застосування безконтактних рішень – електронних ключів, QR-меню, цифрових оплат – для підвищення зручності та безпеки гостей; впровадження технології «розумний номер» (*Internet of Things, IoT*), що дозволяє керувати освітленням, температурою й іншими параметрами через смартфон.

5. Аналітика та штучний інтелект: використання ШІ для динамічного ціноутворення та управління доходами (*Revenue Management Systems*); застосування прогнозної аналітики для оптимізації витрат і збільшення прибутковості; інтеграція чат-ботів з елементами штучного інтелекту для підвищення якості комунікації з клієнтами та оперативної підтримки.

Цифровізація є потужним інструментом модернізації туристично-рекреаційної сфери та індустрії гостинності. Вона відкриває можливості для підвищення конкурентоспроможності, стійкості та глобальної інтеграції, однак вимагає збалансованого підходу – із урахуванням соціальних, етичних і безпекових аспектів цифрового середовища.

Таблиця 1

Переваги та перешкоди цифровізації туризму та індустрії гостинності

Переваги	Перешкоди
1. Підвищення ефективності управління – автоматизація процесів бронювання, реєстрації, обліку та аналітики сприяє швидкому обслуговуванню клієнтів.	1. Цифрова нерівність – відсутність належної інфраструктури у віддалених регіонах гальмує цифрову трансформацію.
2. Розширення доступу до ринків – онлайн-платформи дозволяють працювати із глобальною клієнтською аудиторією.	2. Загрози кібербезпеці – ризики втрати персональних даних та хакерських атак.
3. Персоналізація туристичного досвіду – аналіз даних дозволяє формувати індивідуальні пропозиції.	3. Знеособлення сервісу – втрата емоційного контакту між персоналом і клієнтом.
4. Зниження операційних витрат – автоматизація бізнес-процесів зменшує потребу у ручній праці.	4. Залежність від цифрових платформ – зміни алгоритмів або політики сервісів можуть впливати на прибуток.
5. Покращення маркетингової комунікації – застосування SMM, SEO, чат-ботів і аналітики підвищує впізнаваність бренду.	5. Проблеми адаптації персоналу – необхідність додаткового навчання і підвищення цифрової грамотності.

Продовження таблиці 1

6. Підвищення прозорості бізнесу – відкриті відгуки та рейтинги формують довіру споживачів.	6. Інформаційне перевантаження клієнтів – надлишок даних знижує якість сприйняття інформації.
7. Сприяння сталому розвитку – електронні сервіси, «зелені» технології та безпаперові операції зменшують екологічний вплив.	7. Витіснення малих підприємств – домінування великих платформ ускладнює конкуренцію для локальних бізнесів.

Джерело: складено авторами

Висновки. Цифровізація є ключовим чинником інноваційного розвитку туризму та індустрії гостинності, адже вона трансформує традиційні бізнес-моделі, сприяє формуванню нових форматів туристичних продуктів і розширює можливості взаємодії зі споживачами. Використання сучасних інформаційних технологій створює умови для персоналізації сервісу, підвищення якості обслуговування та оптимізації управлінських процесів у туристично-рекреаційному секторі та гостинності. Використання сучасних цифрових інструментів – таких як автоматизація обслуговування, штучний інтелект, аналітика великих даних, CRM-системи та мобільні платформи – надає готелям і ресторанам можливість створювати персоналізований сервіс, підвищувати рівень клієнтської лояльності та оперативно реагувати на зміни ринкового середовища. Важливим чинником ефективності є інтеграція цих технологій у єдину цифрову екосистему, що забезпечує узгодженість бізнес-процесів і підвищує якість управління. Такий підхід дозволяє підприємствам індустрії гостинності не лише підтримувати конкурентні позиції, а й формувати інноваційні моделі розвитку, сприяючи їхній довгостроковій стабільності та стійкому функціонуванню в умовах цифрової трансформації. Особливого значення інноваційний розвиток туризму та індустрії гостинності набуває в умовах післявоєнного відновлення економіки України. Цифрові технології здатні стати інструментом швидкої реконструкції туристичної інфраструктури, відродження культурних і рекреаційних ресурсів, створення нових конкурентоспроможних продуктів, що сприятимуть інтеграції України у світовий туристичний простір. Впровадження інноваційних сервісів також відкриває перспективи для розвитку туристичних кластерів, підвищення ефективності управління і формування позитивного міжнародного іміджу держави.

Література

1. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки : Розпорядження КМУ від 17.01.2018 р. № 67-р. Чинний, поточна редакція від 17.09.2020. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67_2018-%D1%80#Text
2. Про схвалення Концепції розвитку цифрових компетентностей та затвердження плану заходів з її реалізації : Розпорядження КМУ від 3 березня 2021 р. № 167-р. Чинний, поточна редакція від 03.03.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/167-2021-%D1%80#Text>
3. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження КМУ від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>
4. Україна 2030 – країна з розвиненою цифровою економікою. Український інститут майбутнього. URL: https://strategy.uifuture.org/kraina_zrozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html
5. Барна М., Мельник, І. Стратегія цифровізації готельно-ресторанного бізнесу. *Економіка та суспільство*, (71). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-66>
6. Бондар С.В. Формування стратегії цифровізації суб'єкта готельного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2024.(60). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-40>
7. Виговський Д. С., Конарівська, О. Б. Дослідження інструментів цифровізації процесі формування туристичних дестинацій. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування* (1(105)). 2024. С. 56-68.
8. Виклики цифрової ери: як Україна адаптується до змін у сфері туризму. URL: <https://vechirniy.kyiv.ua/news/103550/>
9. Марусей Т. В. Діджиталізація туристичного сектору як інструмент розвитку в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2020. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8116>
10. Марусей Т. В. Цифрова трансформація як фактор розвитку туристичного бізнесу. *Цифрова трансформація економіки: мікро- та макроаспекти: колективна монографія / за заг. ред. Н. А. Мазур. Кам'янець Подільськ. нац. ун-т ім. І. Огієнка. Чернівці: Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. С. 258-293.*
11. Пукач Я. Напрямки впровадження цифрових технологій у готельному бізнесі. *Економіка та суспільство*. 2024.(60). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-68>

12. Тищенко С. Цифрові технології в індустрії гостинності. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*, 2021. Вип. 7. С. 131-139. DOI: <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.7.16> 7.
13. Цвілий С. Використання цифрових технологій в післявоєнному відновленні індустрії туризму. Жилко О., Зайцева. *Вісник СНАУ. Економіка і менеджмент*. №3 (95), <https://doi.org/10.32782/bsnau.2023.3.3>

References

1. Cabinet of Ministers of Ukraine (2018), Resolution “Concept of Development of Digital Economy and Society of Ukraine for 2018-2020”, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text>
2. Cabinet of Ministers of Ukraine (2021), Resolution “On Approval of the Concept of Development of Digital Competencies and Approval of the Action Plan for Its Implementation”, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/167-2021-%D1%80#Text>
3. Cabinet of Ministers of Ukraine (2017), Resolution “On Approval of the Strategy for Development of Tourism and Resorts for the Period Until 2026”, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>
4. UIF (2024), “Ukraine 2030 – a country with a developed digital economy”, available <https://strategy.uifuture.org/kraina-zrozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html>
5. Barna M., Melnyk, I. Stratehiia tsyfrovizatsii hotelno-restorannoho biznesu. *Ekonomika ta suspilstvo*. 2025. (71). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-66>
6. Bondar S. V. (2024). Formuvannia stratehii tsyfrovizatsii subiekta hotelnoho biznesu [Formation of a digitalization strategy for a hotel business entity]. *Ekonomika ta Svit [Economy and Society]*, (60). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-40>
7. Vyhovs'kyj, D. S. and Konarivs'ka, O. B. (2024), “Research into digitalization tools in the process of forming tourist destinations”, *Visnyk Natsional'noho universytetu vodnoho hospodarstva ta pryrodokorystuvannia*, vol. 1(105), pp. 56-68.
8. Hryshyna, D. (2024), “Challenges of the digital era: how Ukraine adapts to changes in the tourism sector”, available at: <https://vechirniy.kyiv.ua/news/103550/>
9. Marusei, T. (2020), “Digitalization of the tourist sector as a tool of development in modern conditions”, *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 8, available the at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8116>
10. Marusei, T. V. (2022), “Digital transformation as a factor in the development of tourism business”, *Tsyfrova transformatsiia ekonomiky: mikro- ta makroaspekty [Digital transformation of the economy: micro and macro aspects]*, Chernivets. nats. un-t im. Yu. Fed'kovycha, Chernivtsi, Ukraine, pp. 258-293.
11. Pukach, Ya. (2024). Napriamky vprovadzhennia tsyfrovyykh tekhnolohii u hotelnomu biznesi [Directions for implementing digital technologies in the hotel business]. *Ekonomika ta Svit [Economy and Society]*, (60). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-68>
12. Tyshchenko, S. (2021). Tsyfrovi tekhnolohii v industrii hostynnosti [Digital technologies in the hospitality industry]. *Tavriyskyi Naukovyi Visnyk. Seriya: Ekonomika [Tavrian Scientific Bulletin. Series: Economics]*, (7), 131–139. <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.7.16>
13. Tsvilyi, S. (2023), “The use of digital technologies in the post-war recovery of the tourism industry”, *Visnyk SNAU. Ekonomika i menedzhment*, vol.3 (95), pp. 21-25. DOI: <https://doi.org/10.32782/bsnau.2023.3.3>