



Copyright © The Author(s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2026.5.142>

УДК 338.48:004(477)

Я. С. Лапчук,

*к. е. н, доцент, доцент кафедри математики та економіки,
Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9928-1943>*

Я. В. Стецьук,

*аспірант, Львівський торговельно-економічний університет
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0009-2869-8547>*

М. Г. Дуб,

*аспірант,
Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0001-7253-738X>*

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Ya. Lapchuk,

*PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of
Mathematics and Economics,
Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University*

Ya. Stetsyk,

Postgraduate student, Lviv University of Trade and Economics

M. Dub,

Postgraduate student, Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University

DIRECTIONS FOR IMPROVING THE EFFICIENCY OF THE FUNCTIONING OF THE TOURISM COMPLEX OF UKRAINE'S REGIONS IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

У статті виокремлено основні напрями підвищення ефективності функціонування туристичного комплексу регіонів України, серед яких: розвиток туристичної інфраструктури, підвищення якості туристичних послуг, інтеграція у міжнародний туристичний простір, маркетинг і брендинг туристичних дестинацій, розвиток державно-приватного партнерства, сталий розвиток туризму та інноваційний розвиток туристичних продуктів. Доведено, що кожен із зазначених напрямів тісно пов'язаний із впровадженням цифрових технологій і не може ефективно реалізовуватися без їх використання. Показано, що цифрові інструменти, забезпечують підвищення якості управління туристичними потоками, персоналізацію послуг та розширення міжнародної взаємодії. Узагальнено наукові підходи українських дослідників щодо ролі цифровізації у розвитку туризму, що дозволило підтвердити її визначальне значення для забезпечення конкурентоспроможності регіонів України на національному та міжнародному рівнях. Встановлено, що цифровізація виступає не лише окремим напрямом розвитку, а й наскрізним механізмом трансформації всієї туристичної системи.

The article explores the directions. It is substantiated that the modern development of the tourism sector is taking place under the influence of globalization processes, increased competition in the international market of tourist services and changes in consumer behavior, who are increasingly oriented towards digital channels for obtaining information and booking services. In this context, digitalization is considered as a key system-forming factor that permeates all components of the tourist complex and ensures its modernization. The paper identifies the main directions for improving the efficiency of the functioning of the tourist complex of Ukraine's regions, including: development of tourist infrastructure, improvement of the tourist services quality, integration into the international tourist space, marketing and branding of tourist destinations, development of public-private partnership, sustainable development of tourism and innovative development of tourist products. It is proved that each of the indicated

directions is closely related to the implementation of digital technologies and cannot be effectively implemented without their use. It is shown that digital tools, in particular Big Data analytics, artificial intelligence, geographic information systems, CRM platforms, mobile applications, online booking services and digital marketing, provide an increase in the quality of tourism flow management, personalization of services and expansion of international interaction. Particular attention is paid to the concepts of smart destinations and Tourism 4.0, which form a new paradigm for the tourism industry development. The scientific approaches of Ukrainian researchers to the role of digitalization in the tourism development are summarized, which allowed us to confirm its decisive importance for ensuring the competitiveness of Ukrainian regions at the national and international levels. It is established that digitalization is not only a separate direction of development, but also a cross-cutting mechanism for the transformation of the entire tourism system.

Ключові слова: туристичний комплекс, регіональний туризм, цифровізація, цифрові технології, туристична інфраструктура, туристичні дестинації, цифровий маркетинг, сталий розвиток туризму.

Keywords: tourist complex, regional tourism, digitalization, digital technologies, tourist infrastructure, tourist destinations, digital marketing, sustainable tourism development.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Сучасний розвиток туристичної галузі в Україні дедалі більше визначається впровадженням цифрових технологій. Цифрові технології мають величезний вплив на сферу туризму та дозволяють суб'єктам туристичної діяльності значно покращити якість надання послуг, ефективність управління та забезпечити зручність для клієнтів. Цифровізація у туристичній сфері дозволяє автоматизувати та оптимізувати рутинні операції, збільшити продуктивність, знизити витрати та покращити взаємодію з клієнтами. У туризмі цифрові технології використовуються для різних аспектів діяльності, таких як клієнтське

обслуговування, маркетингова діяльність, управління туристичною інфраструктурою, логістика та транспортування, фінансові процеси, керування персоналом тощо. Вони дозволяють залучати більше клієнтів, підвищувати рівень задоволення клієнтів, забезпечувати персоналізовані послуги та створювати незабутній туристичний досвід [1].

Натомість, на сьогодні процеси цифровізації туристичного комплексу України все ще проходять дуже повільно, що призводить до втрати конкурентних переваг і на внутрішньому, і на світовому ринку, скорочення обсягу надання туристичних послуг, зокрема на високотехнологічних засадах. Тому вже зараз всеохоплююча цифровізація має стати пріоритетним напрямом розвитку туристичного комплексу вітчизняної економіки. Своєю чергою це потребує формування та реалізації ефективних механізмів, інструментів та засобів державного регулювання в сферах як розвитку цифрової економіки, так і реалізації туристичного потенціалу регіонів України [2].

Таким чином, цифровізація стає ключовим чинником модернізації туристичного комплексу регіонів України та його інтеграції у глобальний туристичний простір, що зумовлює необхідність подальшого наукового осмислення та дослідження ефективних моделей впровадження цифрових інструментів у практику управління туристичною діяльністю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика цифровізації туристичної галузі та підвищення ефективності функціонування туристичного комплексу регіонів України активно досліджується у працях науковців. Сучасні дослідження охоплюють питання цифрової трансформації туризму, розвитку smart-дестинацій, цифрового маркетингу, інноваційних туристичних технологій та інтеграції туристичної сфери України у глобальний цифровий простір. Значний внесок у дослідження трансформації туристичної системи в умовах цифровізації здійснили А. Мазаракі, М. Бойко, А. Охріменко [3], які обґрунтували вплив цифрових технологій на розвиток туристичних систем, інноваційні домінанти туристичного ринку та процеси цифрової трансформації туристичної галузі України.

Питання розвитку цифровізації внутрішнього туризму, використання цифрових платформ та інноваційних сервісів у туристичній сфері досліджують науковці І. Безуглий, А. Струк [4], Р. Горчак [5], Т. Лисюк, Л. Ройко, Ю. Білецький [6], які акцентують увагу на ролі цифрових сервісів, мобільних застосунків та інформаційно-аналітичних платформ у модернізації туристичної галузі України. Вагомий внесок у дослідження концепцій smart-туризму зробили Д. Баранюк [7], І. Писарева, К. Яловнича [8], М. Салун, К. Тимошенко [9], які розглядають цифровізацію як стратегічний чинник конкурентоспроможності туристичного комплексу регіонів України. Проблематику цифровізації туристичної інфраструктури та її впливу на розвиток регіонального туризму досліджують С. Калініченко, А. Грібнік, А. Аврята [10], Н. Паньків, Д. Сняданко [11], які обґрунтовують значення цифрових продуктів і цифрової інфраструктури для розвитку туристичних регіонів.

Питання стратегічного розвитку туризму в цифровій економіці висвітлено у працях Г. Горіна, Т. Кожухова [12], С. Цвілий, Д. Михайлик, П. Бобрикін [13], які визначають цифрову туристичну екосистему як основу стратегічного розвитку регіонального туризму. Дослідження цифрових технологій у туризмі та їх впливу на конкурентоспроможність туристичних дестинацій також здійснюють О. Данілова, Н. Огонюк [14], які акцентують увагу на використанні геомаркетингу та геоінформаційних систем у просторовому аналізі туристичної конкурентоспроможності регіонів.

Водночас, незважаючи на значну кількість наукових праць, недостатньо комплексно дослідженим залишається питання виокремлення основних напрямів підвищення ефективності функціонування туристичного комплексу регіонів України та обґрунтування наскрізної ролі цифровізації у забезпеченні розвитку кожного з них, що й зумовлює актуальність подальших досліджень у цьому напрямі.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є виокремлення ключових напрямів підвищення ефективності функціонування туристичного комплексу регіонів України та обґрунтування ролі цифровізації

у забезпеченні його розвитку, модернізації та інтеграції у глобальний туристичний простір.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підвищення ефективності функціонування туристичного комплексу регіонів України є комплексним завданням, що потребує системного підходу та врахування сучасних тенденцій розвитку галузі. Умови посилення конкуренції на туристичному ринку, зміна поведінки споживачів туристичних послуг, а також вплив цифрових і глобалізаційних процесів зумовлюють необхідність визначення ключових напрямів удосконалення туристичної сфери.

На основі аналізу наукових публікацій у сфері туризму, узагальнення сучасних підходів до розвитку регіональних туристичних систем, а також власного дослідницького досвіду, сформовано ключові напрями підвищення ефективності функціонування туристичного комплексу регіонів України (рис. 1). Вони відображають комплексний характер сучасних трансформацій у галузі та враховують як інституційні, так і технологічні, організаційні та маркетингові аспекти розвитку туризму.

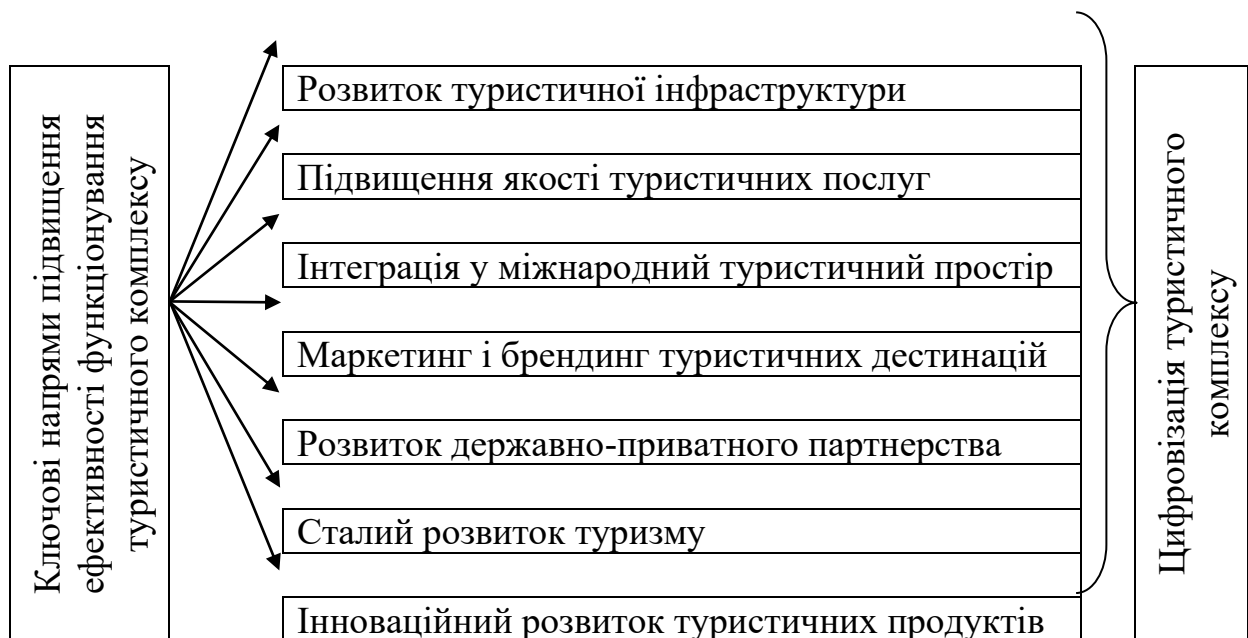


Рис. 1. Ключові напрями підвищення ефективності функціонування туристичного комплексу регіонів України

Джерело: сформовано авторами

Водночас слід зазначити, що всі напрями розвитку та підвищення ефективності функціонування туристичного комплексу регіонів України тією чи іншою мірою пронизані процесами цифровізації. Цифрові технології виступають універсальним інструментом, який забезпечує підвищення ефективності управління, маркетингу, інфраструктурного розвитку, безпеки та якості туристичних послуг. Вони інтегруються у кожен із напрямів, посилюючи їхній вплив і створюючи синергетичний ефект у функціонуванні туристичної сфери. Саме тому цифровізація розглядається не лише як окремий напрям, а як наскрізний чинник трансформації всього туристичного комплексу регіонів України.

1. Розвиток туристичної інфраструктури. Науковці підкреслюють, що цифровізація є ключовим драйвером модернізації туристичної інфраструктури через автоматизацію процесів, впровадження smart-рішень і підвищення доступності сервісів. У дослідженні С. Калініченко, А. Грібіник та А. Аврята [10] доведено, що цифрові технології забезпечують автоматизацію управління туристичними потоками та скорочення часу обробки запитів у сфері інфраструктури; В. Ерфан [15] наголошує, що цифровізація агротуристичної інфраструктури створює передумови для її адаптивності та ефективного управління ресурсами; Т. Герасименко [16] доводить, що розвиток транспортної інфраструктури туризму напряму пов'язаний із впровадженням інноваційних цифрових систем управління потоками туристів.

2. Підвищення якості туристичних послуг. Якість послуг безпосередньо залежить від цифрових інструментів персоналізації та автоматизації взаємодії з туристами. С. Калініченко, А. Грібіник та А. Аврята [10] зазначають, що цифрові рішення дозволяють підвищити швидкість і якість туристичного обслуговування через автоматизацію процесів; Н. Паньків і Д. Сняданко [11] виділяють CRM-системи, чат-боти та Big Data як ключові інструменти підвищення якості сервісу, а М. Шевелюк [17]

зазначає, що цифрові технології змінюють саму логіку надання туристичних послуг у напрямі їх персоналізації.

3. Інтеграція у міжнародний туристичний простір. Цифровізація виступає інструментом інтеграції України у глобальні туристичні мережі. М. Салун і К. Тимошенко [9] зазначають, що концепція Tourism 4.0 сприяє включенню України у європейські цифрові туристичні екосистеми; О. Долинська, І. Шоробура, Т. Гільберг [18] підкреслюють, що розвиток електронного туризму (e-tourism) є одним із ключових інструментів міжнародної інтеграції туристичних дестинацій України через глобальні цифрові платформи. Науковці зазначають, що інтеграція України у міжнародний туристичний простір значною мірою забезпечується цифровими технологіями, які формують єдине інформаційне середовище глобального туризму, підкреслюючи, що саме цифрові платформи, ІСТ-рішення та концепція Tourism 4.0 виступають основою включення регіонів України до міжнародних туристичних мереж і підвищення їх конкурентоспроможності.

4. Маркетинг і брендинг туристичних дестинацій. Цифрові технології формують нову парадигму туристичного маркетингу. Д. Баранюк [7] підкреслює роль SMART-дестинацій і digital-брендингу у формуванні конкурентних переваг регіонів; Т. Кулініч [19] зазначає, що Big Data та цифрові канали комунікації дозволяють підвищити ефективність маркетингу туристичних продуктів; М. Шевелюк [17] наголошує на ролі цифрового контенту у формуванні туристичного іміджу територій. І. Янковець та І. Левицька [20] підкреслюють, що цифровий брендинг територій базується на використанні онлайн-платформ, соціальних медіа та цифрових каналів комунікації, які дозволяють формувати стійкий образ території та взаємодіяти з різними групами споживачів у реальному часі, а науковець І. Кулиняк у своїх дослідженнях [21; 22] наголошує, що брендинг територій є важливим інструментом публічних маркетингових комунікацій, який дозволяє формувати цілісний позитивний імідж регіону та забезпечує

взаємодію між владою, бізнесом і суспільством. Автор підкреслює, що ефективний територіальний бренд виступає каналом комунікації з цільовими аудиторіями, зокрема туристами та інвесторами, що безпосередньо впливає на економічний розвиток територій. Дослідник акцентує увагу на тому, що цифрове середовище радикально змінює підходи до брендингу територій, забезпечуючи використання цифрових платформ, соціальних мереж, онлайн-аналітики та контент-маркетингу. Це відкриває нові можливості для просування туристичних дестинацій.

5. Розвиток державно-приватного партнерства. Цифрові платформи підвищують ефективність взаємодії держави і бізнесу. Р. Горчак [5] доводить, що цифрові сервіси та платформи сприяють розвитку державно-приватного партнерства у туризмі; С. Калініченко, А. Грібнік та А. Аврята [10] підкреслюють роль електронних систем управління проектами у підвищенні прозорості співпраці; Н. Паньків і Д. Сняданко [11] зазначають, що цифрові платформи дозволяють координувати діяльність туристичних стейкхолдерів.

6. Сталий розвиток туризму. Цифровізація у контексті сталого розвитку туризму розглядається як інструмент балансу між економічною ефективністю, екологічною безпекою та соціальною відповідальністю туристичних систем. І. Кочума та В. Красномовець [23] доводять, що концепція smart-туризму базується на використанні цифрових технологій (AI, IoT, Big Data) для забезпечення сталого розвитку територій і оптимізації туристичних потоків; І. Писарева та К. Яловнича [8] підкреслюють, що smart-дестинації є ключовим інструментом сталого розвитку, оскільки поєднують цифрові платформи управління, екологічний моніторинг і персоналізацію сервісів; Н. Паньків та М. Скрипник [24] акцентують, що екологічний туризм у сучасних умовах трансформується під впливом цифровізації, яка дозволяє контролювати навантаження на природні території та забезпечувати їх збереження; Т. Лисюк і О. Семенюк [25] зазначають, що інноваційні технології (цифрові платформи, аналітика даних, екологічні IT-

рішення) є основою підвищення економічної та екологічної ефективності сталого туризму.

7. Інноваційний розвиток туристичних продуктів. Розглядається як процес, безпосередньо пов'язаний із цифровою трансформацією та впровадженням технологій нового покоління. З. Атаманчук та В. Рильський [26] підкреслюють, що інноваційні технології (штучний інтелект, блокчейн, геоінформаційні системи) формують нові моделі туристичного досвіду та сприяють сталому розвитку міжнародного туризму; Р. Дорож та О. Адамовський [27] зазначають, що формування інноваційних туристичних дестинацій неможливе без цифрових платформ і кластерних моделей розвитку, які забезпечують створення комплексного туристичного продукту на основі взаємодії бізнесу, держави та ІТ-рішень; Ю. Миронов та Є. Мурзаєва [28] доводять, що використання VR та AR у туристичній індустрії дозволяє створювати інтерактивні та персоналізовані туристичні продукти, які значно підвищують рівень залученості туристів та конкурентоспроможність дестинацій; Т. Лисюк, Л. Ройко та Ю. Білецький [6] акцентують, що цифрові інновації в туризмі (електронні системи бронювання, мобільні застосунки, онлайн-платформи) формують нову архітектуру туристичного продукту та змінюють механізми його споживання; О. Долинська, І. Шоробура та О. Біницька [29] підкреслюють, що інноваційний туризм базується на постійному оновленні туристичних продуктів через використання інформаційних технологій і цифрових сервісів, що підвищує їх адаптивність до змін попиту.

Характеристику використання цифрових інструментів для підвищення ефективності функціонування туристичного комплексу регіонів України представлено у табл. 1.

Таблиця 1. Використання цифрових інструментів для підвищення ефективності функціонування туристичного комплексу регіонів України

Напрями	Цифрові інструменти	Приклади застосування
Розвиток туристичної інфраструктури	GIS-системи, smart-city технології, онлайн-карти, системи бронювання	Google Maps для туристичних маршрутів; електронні системи бронювання готелів (Booking, Airbnb); туристичні інформаційні портали регіонів
Підвищення якості туристичних послуг	CRM-системи, чат-боти, Big Data-аналітика, мобільні застосунки	Чат-боти туристичних агенцій; CRM у готелях; мобільні додатки для туристів (TripAdvisor, Visit Ukraine)
Інтеграція у міжнародний туристичний простір	OTA-платформи, SEO/SEM, глобальні системи бронювання, цифрові маркетплейси	Booking.com, Expedia; просування регіонів через Google Travel; участь у міжнародних цифрових кампаніях
Маркетинг і брендинг туристичних дестинацій	SMM, контент-маркетинг, таргетована реклама, відеомаркетинг, аналітика поведінки	Просування регіонів України через соцмережі; YouTube-кампанії туристичних маршрутів України; таргетована реклама подієвого туризму
Розвиток державно-приватного партнерства	Електронні платформи управління проектами, open data, e-government сервіси	Prozorro для закупівель у туристичних проєктах; регіональні цифрові платформи розвитку туризму
Сталий розвиток туризму	IoT, Big Data, системи моніторингу, smart-destination платформи	Контроль відвідуваності національних парків; цифровий моніторинг туристичних зон Карпат
Інноваційний розвиток туристичних продуктів	VR/AR, штучний інтелект, цифрові двійники, мобільні застосунки	Віртуальні тури містами України; AR-навігація в музеях; AI-рекомендації туристичних маршрутів

Джерело: сформовано авторами

Проведене узагальнення (табл. 1) дозволяє зробити висновок, що цифрові інструменти є універсальним механізмом підвищення ефективності функціонування туристичного комплексу регіонів України та інтегруються у всі ключові напрями його розвитку. Їх використання забезпечує комплексну трансформацію галузі – від модернізації інфраструктури та підвищення якості туристичних послуг до формування інноваційних продуктів і посилення міжнародної конкурентоспроможності. Аналіз засвідчує, що кожен із напрямів розвитку туристичної сфери набуває нових якісних характеристик завдяки впровадженню цифрових технологій, зокрема систем управління даними, онлайн-платформ, інструментів цифрового маркетингу,

геоінформаційних систем, штучного інтелекту та технологій віртуальної (доповненої) реальності. Це дозволяє не лише підвищити ефективність управлінських і сервісних процесів, а й сформувати більш гнучку, адаптивну та клієнтоорієнтовану модель функціонування туристичного комплексу.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі.

Проведене дослідження засвідчило, що цифровізація є системоутворюючим чинником трансформації туристичного комплексу регіонів України та визначає сучасні підходи до його розвитку. Встановлено, що цифрові технології пронизують усі ключові напрями підвищення ефективності функціонування туристичної сфери – від розвитку інфраструктури та підвищення якості послуг до міжнародної інтеграції, маркетингу, державно-приватного партнерства, сталого та інноваційного розвитку.

Аналіз наукових праць українських дослідників підтверджує, що впровадження цифрових інструментів (Big Data, штучний інтелект, геоінформаційні системи, мобільні застосунки, онлайн-платформи та CRM-системи) забезпечує підвищення конкурентоспроможності туристичних регіонів, оптимізацію управління туристичними потоками та покращення якості туристичних послуг. Водночас цифровізація виступає не лише інструментом модернізації, а й основою інтеграції України у глобальний туристичний простір.

Отже, цифровізація виступає ключовим стратегічним напрямом підвищення ефективності функціонування туристичного комплексу регіонів України, а її подальше поглиблення є необхідною умовою розвитку, інноваційності та сталості туристичної галузі.

Перспективи подальших досліджень полягають у поглибленому вивченні механізмів впровадження цифрових технологій у регіональні туристичні системи України та оцінюванні їхнього впливу на конкурентоспроможність і сталий розвиток туристичної галузі.

Література

1. Кулиняк І.Я., Корпало О.А. Інноваційні тренди цифровізації бізнес-процесів суб'єктів туристичної діяльності. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». 2023. Вип. 4(110). С. 100–106. DOI: <https://doi.org/10.37734/2409-6873-2023-4-15>.
2. Васильців Т., Наконечна Н. Інструменти державної політики активізації процесів діджиталізації туристичного комплексу України. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2024. № 1. С. 444–448. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-326-70>.
3. Мазаракі А.А., Бойко М.Г., Охріменко А.Г. Трансформації туристичної системи в умовах цифровізації. Економіка України. 2021. № 12. С. 3–21. DOI: <https://doi.org/10.15407/economyukr.2021.12.003>.
4. Безуглий І.В., Струк А.В. Стратегічні орієнтири фінансового забезпечення цифрової трансформації туристичного бізнесу. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2024. № 1. С. 250–262. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2024-1\(37\)-250-262](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2024-1(37)-250-262).
5. Горчак Р. Цифровізація внутрішнього туризму в Україні: стан, ініціативи та аналітика. Інновації та технології в сфері послуг і харчування. 2025. № 2(16). С. 139–145. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(16\).2025.22](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(16).2025.22).
6. Лисюк Т., Ройко Л., Білецький Ю. Цифрові інноваційні технології у сфері туризму України. Економіка та суспільство. 2023. № 52. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-36>.
7. Баранюк Д. Концепція SMART у маркетингу туристичних дестинацій: суть, механізми та інструменти. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2025. № 74(1). С. 92–100. DOI: [https://doi.org/10.24025/2306-4420.1\(74\).2025.326305](https://doi.org/10.24025/2306-4420.1(74).2025.326305).

8. Писарева І., Яловнича К. Сталий розвиток туризму в цифрову епоху: розвиток смарт-дестинацій. Економіка та суспільство. 2024. № 69. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-104>.

9. Салун М., Тимошенко К. Tourism 4.0 і smart-дестинації як вектори цифровізації туристичної галузі України у європейському інтеграційному просторі. Інновації та технології в сфері послуг і харчування. 2025. № 3(17). С. 160–166. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.3\(17\).2025.25](https://doi.org/10.32782/2708-4949.3(17).2025.25).

10. Калініченко С., Грібіник А., Аврята А. Вплив цифровізації туристичної інфраструктури на розвиток регіонального туризму. Modeling the Development of the Economic Systems. 2023. № 1. С. 133–138. DOI: <https://doi.org/10.31891/mdes/2023-7-19>.

11. Паньків Н., Сняданко Д. Роль інформаційних технологій для розвитку туризму. Development Service Industry Management. 2025. № 2. С. 106–119. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2025-10\(23\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2025-10(23)).

12. Горіна Г.О., Кожухова Т.В. Теоретико-методологічні засади дослідження моніторингу зеленого та цифрового переходу європейської туристичної екосистеми. Торгівля і ринок України. 2024. № 1. С. 47–57. DOI: <https://doi.org/10.33274/2079-4762-2024-55-1-47-57>.

13. Цвілій С.М., Михайлик Д.П., Бобрикін П.В. Стратегія розвитку туризму регіону в цифровій економіці. Актуальні питання економічних наук. 2025. № 13. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.16421531>.

14. Данілова О., Огонюк Н. Геомаркетинг як інструмент просторового аналізу туристичної конкурентоспроможності регіонів. Науковий вісник Чернівецького університету: Географія. 2025. № 854. С. 107–118. DOI: <https://doi.org/10.31861/geo.2025.854.107-118>.

15. Ерфан В. Ключові аспекти забезпечення розвитку інфраструктури агротуристичної сфери в умовах цифрових трансформацій. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2026. № 1(45). С. 109–116. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2026-1\(45\)-109-116](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2026-1(45)-109-116).

16. Герасименко Т.В. Роль транспортної інфраструктури у забезпеченні сталого розвитку туризму в Україні. Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут». 2025. № 32. С. 12–17. DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.32.2025.328185>.

17. Шевелюк М.М. Цифровізація у сфері туризму: інноваційні тренди і пріоритетні напрями розвитку. Питання культурології. 2021. № 38. С. 226–235. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.38.2021.245956>.

18. Долинська О., Шоробура І., Гільберг Т. Цифровий маркетинг у просуванні туристичних послуг. Економіка та суспільство. 2025. № 80. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-80-33>.

19. Кулініч Т. Сучасні цифрові інструменти для контролінгу інноваційної діяльності при проектуванні інноваційних туристичних продуктів. Економічний простір. 2025. № 202. С. 173–182. DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.202.173-182>.

20. Янковець Т., Левицька І. Цифровий інструментарій брендингу територій. Scientia Ructuosa. 2024. № 156(4). С. 58–81. DOI: [https://doi.org/10.31617/1.2024\(156\)04](https://doi.org/10.31617/1.2024(156)04).

21. Кулиняк І.Я. Брендинг територій як інструмент публічних маркетингових комунікацій. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. 2026. Том 352, № 2. С. 409–414. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2026-352-55>.

22. Кулиняк І.Я. Брендинг територій у цифровому середовищі: перспективи та виклики для місцевого розвитку. Development Service Industry Management. 2026. № 1. С. 129–136. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2026-13\(17\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2026-13(17)).

23. Кочума І., Красномовець В. Smart-туризм як екосистема: сутність, складові та значення в забезпеченні сталого розвитку територій. Сталий розвиток економіки. 2024. № 3(50). С. 487–495. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-50-73>.

24. Паньків Н., Скрипник М. Екологічний туризм як пріоритетний напрямок сталого розвитку туризму в Україні: виклики сьогодення. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: «Економічні науки». 2022. № 308(4). С. 229–240. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-308-4-36>.
25. Лисюк Т., Семенюк О. Сталий розвиток у сфері туризму і рекреації: інноваційні технології та екологічні підходи. Економіка та суспільство. 2025. № 73. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-28>.
26. Atamanchuk Z., Rylskiy V. Innovative technologies in international tourism: opportunities for sustainable development in the context of war in Ukraine. Економіка і організація управління. 2025. С. 4–14. DOI: <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2025.2.1>.
27. Дорож Р., Адамовський О. Модель інноваційного розвитку туристичних дестинацій в Україні. Сталий розвиток економіки. 2024. № 1(48). С. 93–98. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-48-12>.
28. Миронов Ю.Б., Мурзаєва Є.Т. Інноваційні підходи в анімаційних програмах: використання віртуальної та доповненої реальності в індустрії туризму та гостинності. Підприємництво і торгівля. 2025. № 47. С. 118–124. DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2025-47-13>.
29. Долинська О., Шоробура І., Біницька О. Інновації в туризмі. Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: географія. 2023. № 55(2). С. 58–64. DOI: <https://doi.org/10.25128/2519-4577.23.2.7>.

References

1. Kulyniak, I.Ya. and Korpalo, O.A. (2023), “Innovative trends of business processes digitalization of tourism entities”, *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli. Seriiia «Ekonomichni nauky»*, vol. 4, no. 110, pp. 100–106. DOI: <https://doi.org/10.37734/2409-6873-2023-4-15>.

2. Vasylytsiv, T. and Nakonechna, N. (2024), “State policy instruments for activating digitalization processes of the tourist complex of Ukraine”, *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, vol. 1, pp. 444–448. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-326-70>.

3. Mazaraki, A.A., Boiko, M.H. and Okhrimenko A.H. (2021), “Transformations of the tourism system in the context of digitalization. *Ekonomika Ukrainy*”, vol. 12, pp. 3–21. DOI: <https://doi.org/10.15407/economyukr.2021.12.003>.

4. Bezuhlyi, I.V. and Struk, A.V. (2024), “Strategic guidelines for financial support of digital transformation of the tourism business”, *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia*, vol. 1, pp. 250–262. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2024-1\(37\)-250-262](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2024-1(37)-250-262).

5. Horchak, R. (2025), “Digitalization of domestic tourism in Ukraine: status, initiatives and analytics”, *Innovatsii ta tekhnolohii v sferi posluh i kharchuvannia*, vol. 2, no. 16, pp. 139–145. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(16\).2025.22](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(16).2025.22).

6. Lysiuk, T., Roiko, L. and Biletskyi, Yu. (2023), “Digital innovative technologies in the tourism sector of Ukraine”, *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 52. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-36>.

7. Baraniuk, D. (2025), “The SMART concept in marketing tourist destinations: essence, mechanisms and tools”, *Zbirnyk naukovykh prats Cherkaskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. Serii: Ekonomichni nauky*, vol. 74, no. 1, pp. 92–100. DOI: [https://doi.org/10.24025/2306-4420.1\(74\).2025.326305](https://doi.org/10.24025/2306-4420.1(74).2025.326305).

8. Pysareva, I. and Yalovnycha, K. (2024), “Sustainable development of tourism in the digital era: development of smart destinations”, *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 69. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-104>.

9. Salun, M. and Tymoshenko, K. (2025), “Tourism 4.0 and smart destinations as vectors of digitalization of the tourism industry of Ukraine in the European integration space”, *Innovatsii ta tekhnolohii v sferi posluh i*

kharchuvannia, vol. 3, no. 17, pp. 160–166. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.3\(17\).2025.25](https://doi.org/10.32782/2708-4949.3(17).2025.25).

10. Kalinichenko, S., Hribinyk, A. and Avriata, A. (2023), “The impact of digitalization of tourism infrastructure on the development of regional tourism”, *Modeling the Development of the Economic Systems*, vol. 1, pp. 133–138. DOI: <https://doi.org/10.31891/mdes/2023-7-19>.

11. Pankiv, N. and Sniadanko, D. (2025), “The role of information technologies in the development of tourism”, *Development Service Industry Management*, vol. 2, pp. 106–119. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2025-10\(23\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2025-10(23)).

12. Horina, H.O. and Kozhukhova, T.V. (2024), “Theoretical and methodological principles of research on monitoring the green and digital transition of the European tourism ecosystem”, *Torhivlia i rynek Ukrainy*, vol. 1, pp. 47–57. DOI: <https://doi.org/10.33274/2079-4762-2024-55-1-47-57>.

13. Tsvilyi, S.M., Mykhailyk, D.P. and Bobrykin, P.V. (2025), “Strategy for the development of regional tourism in the digital economy”, *Aktualni pytannia ekonomichnykh nauk*, vol. 13. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.16421531>.

14. Danilova, O. and Ohoniuk, N. (2025), “Geomarketing as a tool for spatial analysis of tourism competitiveness of regions”, *Naukovyi visnyk Chernivetskoho universytetu: Heohrafiia*, vol. 854, pp. 107–118. DOI: <https://doi.org/10.31861/geo.2025.854.107-118>.

15. Erfan, V. (2026), “Key aspects of ensuring the development of agrotourism infrastructure in the context of digital transformations”, *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia*, vol. 1, no. 45, pp. 109–116. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2026-1\(45\)-109-116](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2026-1(45)-109-116).

16. Herasymenko, T.V. (2025), “The role of transport infrastructure in ensuring the sustainable development of tourism in Ukraine”, *Ekonomichniy visnyk NTUU «Kyivskiy politekhnichnyi instytut»*, no. 32, pp. 12–17. DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.32.2025.328185>.

17. Sheveliuk, M.M. (2021), "Digitalization in the tourism sector: innovative trends and priority areas of development", *Pytannia kulturolohii*, vol. 38, pp. 226–235. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.38.2021.245956>.

18. Dolynska, O., Shorobura, I. and Hilberh, T. (2025), "Digital marketing in the promotion of tourist services", *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 80. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-80-33>.

19. Kulinich, T. (2025), "Modern digital tools for controlling innovative activity when designing innovative tourist products", *Ekonomichniy prostir*, vol. 202, pp. 173–182. DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.202.173-182>.

20. Yankovets, T. and Levytska, I. (2024), "Digital tools for branding territories", *Cientia Ructuosa*, vol. 156, no. 4, pp. 58–81. DOI: [https://doi.org/10.31617/1.2024\(156\)04](https://doi.org/10.31617/1.2024(156)04).

21. Kulyniak, I.Ya. (2026), "Territorial branding as a tool of public marketing communications", *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Serii: Ekonomichni nauky*, vol. 352, no. 2, pp. 409–414. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2026-352-55>.

22. Kulyniak, I.Ya. (2026), "Territorial branding in the digital environment: prospects and challenges for local development", *Development Service Industry Management*, vol. 1, pp. 129–136. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2026-13\(17\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2026-13(17)).

23. Kochuma, I. and Krasnomovets, V. (2024), "Smart tourism as an ecosystem: essence, components and significance in ensuring sustainable development of territories", *Stalyi rozvytok ekonomiky*, vol. 3, no. 50, pp. 487–495. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-50-73>.

24. Pankiv, N. and Skrypnyk, M. (2022), "Ecological tourism as a priority direction of sustainable tourism development in Ukraine: current challenges", *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Serii: «Ekonomichni nauky»*, vol. 308, no. 4, pp. 229–240. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-308-4-36>.

25. Lysiuk, T. and Semeniuk, O. (2025), “Sustainable development in the field of tourism and recreation: innovative technologies and ecological approaches”, *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 73. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-28>.

26. Atamanchuk, Z. and Rylskiy, V. (2025), “Innovative technologies in international tourism: opportunities for sustainable development in the context of war in Ukraine”, *Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia*, pp. 4–14. DOI: <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2025.2.1>.

27. Dorozh, R. and Adamovskyi, O. (2024), “Model of innovative development of tourist destinations in Ukraine”, *Stalyi rozvytok ekonomiky*, vol. 1, no. 48, pp. 93–98. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-48-12>.

28. Myronov, Yu.B. and Murzaieva, Ye.T. (2025), “Innovative approaches in animation programs: the use of virtual and augmented reality in the tourism and hospitality industry”, *Pidpriumnytstvo i torhivlia*, vol. 47, pp. 118–124. DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2025-47-13>.

29. Dolynska, O., Shorobura, I. and Binytska, O. (2023), “Innovations in tourism”, *Naukovi zapysky Ternopilskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni Volodymyra Hnatiuka. Serii: heohrafiia*, vol. 55, no. 2, pp. 58–64. DOI: <https://doi.org/10.25128/2519-4577.23.2.7>.

Отримано редакцією журналу / Received: 12.05.26

Прорецензовано / Revised: 22.05.26

Дата публікації / Published: 26.05.26