

**ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ**  
**«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»**  
Факультет суспільних та прикладних наук  
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

для здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
на тему: «Діджитал туризм: напрями та перспективи розвитку»

за освітньо-професійною програмою  
«Економіка та організація туристичної діяльності»  
спеціальності 242 Туризм і рекреація

Студента (ки) 4 курсу Тз-20 групи

Фортуни Ірини Олександрівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник к.г.н., професор кафедри  
туризму та готельно-ресторанної справи

Смаль Ігор Вікторович

(посада, вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

Національна шкала 3

Кількість балів: 70 оцінка: ECTS B

Члени комісії

О. Шевченко О. Б.

Смаль Ігор Вікторович

Торішевський Т. А.

Депутат М. М.

Горобішак Л. М.

Шереметьєва К. М.

**ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ**  
**«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»**

Факультет суспільних і прикладних наук

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Освітній ступінь: бакалавр

Спеціальність: 242 Туризм і рекреація

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. завідувача кафедри туризму  
та готельно-ресторанної справи

 Христина ТЕРЛЕЦЬКА

« 06 » лютого 2024 року

**ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ СТУДЕНТУ**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

Фортуни Ірини Олександрівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Діджитал туризм: напрями та перспективи розвитку»

Керівник роботи: Смаль Ігор Вікторович, к.г.н., професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Затверджені наказом закладу вищої освіти від 12.03.2024 р. № 19/1

2. Строк подання студентом роботи 23.05.2024

3. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

Розкрити поняття та сутність діджитал туризму, його історичний розвиток та сучасні тенденції.

Провести аналіз стану та розвитку діджитал туризму в сучасних умовах, включаючи ресурсне забезпечення, інфраструктуру та роль соціальних мереж і онлайн-платформ.

Оцінити економічний вплив діджитал туризму на туристичну індустрію.

Визначити перспективи розвитку діджитал туризму в Україні та світі.

Розробити рекомендації для підприємств та державних установ щодо покращення та впровадження діджитал туризму.

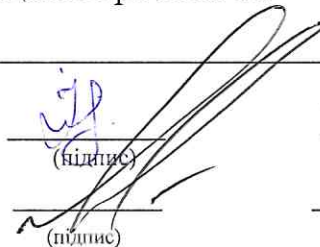
4. Дата видачі завдання 06.02.2024

## Календарний план виконання роботи

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір теми кваліфікаційної роботи	12.12.2023	виконано
2	Затвердження індивідуального завдання	06.02.2024	виконано
3	Підбір літературних джерел	09.02.2024	виконано
4	Складання плану кваліфікаційної роботи	12.02.2024	виконано
5	Написання 1 розділу кваліфікаційної роботи	28.02.2024	виконано
6	Написання 2 розділу кваліфікаційної роботи	15.03.2024	виконано
7	Написання 3 розділу кваліфікаційної роботи	28.03.2024	виконано
8	Підготовка текстового варіанту роботи для попереднього захисту на засіданні кафедри	23.05.2024	виконано
9	Представлення роботи для перевірки на академічну доброчесність	27.05.2024	виконано
10	Написання відгуку наукового керівника на кваліфікаційну роботу	03.06.2024	виконано
11	Рецензування кваліфікаційної роботи	04.06.2024	виконано
12	Захист кваліфікаційної роботи на засіданні ДЕК	14.06.2024	виконано

Студент

Науковий керівник



(підпис)

Ірина ФОРТУНА

Ігор Смаль

(прізвище, ім'я, по батькові)

## **АНОТАЦІЯ**

Метою дослідження є вивчення сутності та особливостей діджитал туризму, а також у визначенні основних напрямків та перспектив його розвитку.

В першому розділі розглянуто теоретичні аспекти діджитал туризму.

В другому розділі проведено аналіз стану та розвиток діджитал туризму в сучасних умовах.

В третьому розділі представлено перспективи та рекомендації щодо розвитку діджитал туризму

**КЛЮЧОВІ СЛОВА: ДІДЖИТАЛ ТУРИЗМ, РОЗВИТОК.**

# **ЗМІСТ**

## **ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ**

## **ВСТУП**

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДІДЖИТАЛ ТУРИЗМУ**

1.1. Поняття та сутність діджитал туризму

1.2. Історія розвитку діджитал туризму

1.3. Основні тенденції та тренди в діджитал туризмі

### **Висновки до розділу 1**

## **РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ТА РОЗВИТОК ДІДЖИТАЛ ТУРИЗМУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

2.1. Ресурсне забезпечення діджитал туризму

2.2. Інфраструктура та технології діджитал туризму

2.3. Роль соціальних мереж та онлайн-платформ у розвитку діджитал туризму

Економічний вплив діджитал туризму

### **Висновки до розділу 2**

## **РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ДІДЖИТАЛ ТУРИЗМУ**

3.1. Перспективи розвитку діджитал туризму в Україні та світі

3.2. Стратегії покращення діджитал туризму

3.3. Рекомендації для підприємств та державних установ щодо впровадження діджитал туризму

### **Висновки до розділу 3**

## **ВИСНОВКИ**

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

## **ДОДАТКИ**

## ВСТУП

**Актуальність теми.** У сучасному світі технології відіграють вирішальну роль у всіх сферах життя, включаючи туризм. Виникнення та швидкий розвиток діджитал туризму є яскравим прикладом того, як цифрові технології змінюють традиційні галузі. Діджитал туризм стає все більш популярним серед мандрівників завдяки зручності та доступності інформації через Інтернет, мобільні додатки та соціальні мережі. Цей тренд має велике значення для розвитку туристичної індустрії, оскільки дозволяє підприємствам краще розуміти потреби споживачів, пропонувати персоналізовані послуги та забезпечувати вищий рівень комфорту для туристів. Таким чином, дослідження діджитал туризму є надзвичайно актуальним у контексті сучасних тенденцій та викликів у сфері туризму.

**Мета і завдання дослідження.** Основна мета дослідження полягає у вивченні сутності та особливостей діджитал туризму, а також у визначенні основних напрямків та перспектив його розвитку. Для досягнення цієї мети було поставлено такі завдання:

озкрити поняття та сутність діджитал туризму, його історичний розвиток та сучасні тенденції.

ровести аналіз стану та розвитку діджитал туризму в сучасних умовах, включаючи ресурсне забезпечення, інфраструктуру та роль соціальних мереж і онлайн-платформ.

цінити економічний вплив діджитал туризму на туристичну індустрію.

изначити перспективи розвитку діджитал туризму в Україні та світі.

озробити рекомендації для підприємств та державних установ щодо покращення та впровадження діджитал туризму.

**Об'єкт і предмет дослідження.** Об'єктом дослідження є процеси, пов'язані з діджиталізацією туризму та їх вплив на туристичну індустрію. Предметом

дослідження є технології та інструменти діджитал туризму, а також їх застосування в сучасних умовах.

**Методологія та методи дослідження.** Методологічну основу дослідження складають наукові праці, що стосуються розвитку туризму, цифрових технологій та їх впливу на суспільство. У процесі дослідження використовувалися такі методи: історичний метод для вивчення еволюції діджитал туризму; логіко-структурний метод для аналізу структурних елементів діджитал туризму; класифікаційний та типологічний методи для систематизації різних видів діджитал туризму; абстрактний метод для теоретичного узагальнення отриманих даних; метод індукції та дедукції для виведення висновків; синтез для інтеграції різних аспектів дослідження; метод доказів для обґрунтування рекомендацій.

**Практичне значення отриманих результатів.** Отримані результати дослідження мають велике практичне значення для туристичної індустрії. Вони можуть бути використані підприємствами для покращення своїх послуг та залучення нових клієнтів, а також державними установами для розробки політик, спрямованих на підтримку та розвиток діджитал туризму. Крім того, результати дослідження можуть бути корисними для академічних досліджень та викладання у вищих навчальних закладах.

**Структура роботи.** Курсова робота складається з трьох основних розділів. У першому розділі розглядаються теоретичні аспекти діджитал туризму, включаючи його поняття, історію розвитку та сучасні тенденції. Другий розділ присвячений аналізу стану та розвитку діджитал туризму в сучасних умовах, зокрема ресурсному забезпеченню, інфраструктурі та ролі соціальних мереж і онлайн-платформ. Третій розділ містить перспективи та рекомендації щодо розвитку діджитал туризму, включаючи стратегії покращення та впровадження нових технологій. Завершується робота висновками та списком використаних джерел.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДІДЖИТАЛ ТУРИЗМУ

### 1.1. Поняття та сутність діджитал туризму

Діджитал туризм — це сучасний напрямок у сфері туризму, який використовує цифрові технології для забезпечення інформаційної підтримки, планування подорожей, бронювання послуг та взаємодії з туристами [12]. В епоху швидкого розвитку інформаційних технологій діджитал туризм стає невід'ємною частиною туристичної індустрії, сприяючи підвищенню її ефективності та привабливості [23].

Одним з основних понять діджитал туризму є цифрові платформи, які об'єднують різноманітні сервіси, що дозволяють користувачам здійснювати планування подорожей, бронювання готелів, купівлю квитків та отримання інформації про туристичні об'єкти [8]. Завдяки цифровим платформам туристи мають змогу заздалегідь ознайомитися з різними варіантами відпочинку, порівняти ціни та вибрати найкращі пропозиції [27]. Важливу роль у діджитал туризмі відіграють соціальні мережі, які дозволяють мандрівникам ділитися враженнями, фотографіями та відео зі своїх подорожей, а також отримувати рекомендації від інших користувачів [5].

Сутність діджитал туризму полягає у використанні інформаційно-комунікаційних технологій для створення, збереження та розповсюдження інформації про туристичні послуги [15]. Основні складові діджитал туризму включають веб-сайти туристичних агенцій, мобільні додатки, онлайн-платформи для бронювання та соціальні медіа [2]. Ці складові забезпечують зручність та доступність інформації для туристів, дозволяючи їм самостійно планувати та організовувати свої подорожі [32].

Розвиток діджитал туризму став можливим завдяки швидкому поширенню інтернету та мобільних технологій [19]. Сьогодні більшість туристів



використовують смартфони та інші мобільні пристрої для отримання інформації про туристичні послуги, бронювання квитків та готелів, а також для навігації під час подорожей [13]. Мобільні додатки стали невід'ємною частиною життя сучасних мандрівників, пропонуючи їм широкий спектр послуг та можливостей [34].

Однією з ключових переваг діджитал туризму є можливість отримання персоналізованих послуг, які враховують індивідуальні потреби та вподобання туристів [7]. Завдяки аналізу великих даних та використанню штучного інтелекту, туристичні компанії можуть пропонувати користувачам індивідуальні рекомендації щодо вибору маршрутів, готелів, ресторанів та інших послуг [1]. Це сприяє підвищенню задоволеності туристів та збільшенню їхньої лояльності до бренду

Соціальні мережі також відіграють важливу роль у діджитал туризмі, оскільки вони дозволяють мандрівникам ділитися своїми враженнями, фотографіями та відео з подорожей, а також отримувати рекомендації від інших користувачів [18]. Це створює ефект соціального доказу, що сприяє популяризації туристичних напрямків та послуг [3]. Крім того, соціальні мережі є важливим каналом для маркетингу та реклами туристичних послуг, дозволяючи компаніям ефективно взаємодіяти з потенційними клієнтами [21].

Однією з головних характеристик діджитал туризму є його інтерактивність та доступність [6]. Завдяки цифровим технологіям туристи можуть отримувати актуальну інформацію про туристичні послуги та об'єкти в режимі реального часу [35]. Це дозволяє їм оперативно реагувати на зміни у планах подорожей та адаптуватися до нових умов [10].

Важливою складовою діджитал туризму є також віртуальні та доповнені реальності, які дозволяють мандрівникам зануритися у віртуальні подорожі, відвідати музеї, пам'ятки та інші туристичні об'єкти без фізичної присутності [17]. Це відкриває нові можливості для туризму, особливо у періоди пандемій та інших кризових ситуацій, коли традиційні подорожі стають неможливими або небезпечними [36].

Діджитал туризм також включає використання аналітичних інструментів для аналізу поведінки туристів, виявлення трендів та прогнозування попиту [4]. Це дозволяє туристичним компаніям краще розуміти потреби своїх клієнтів та адаптувати свої послуги відповідно до ринкових умов [24]. Застосування великих даних та штучного інтелекту дозволяє створювати детальні профілі туристів та пропонувати їм персоналізовані послуги та рекомендації [29].

У контексті діджитал туризму важливо також враховувати питання безпеки та конфіденційності даних [11]. Оскільки цифрові технології активно використовуються для збору, зберігання та обробки особистих даних туристів, необхідно забезпечити надійний захист цих даних від несанкціонованого доступу та використання [22]. Це вимагає впровадження сучасних технологій захисту даних та дотримання відповідних законодавчих норм [30].

Ще одним важливим аспектом діджитал туризму є екологічна стійкість [25]. Використання цифрових технологій може сприяти зменшенню негативного впливу туризму на навколишнє середовище, наприклад, шляхом оптимізації маршрутів, зменшення паперової документації та впровадження електронних квитків [9]. Це дозволяє зменшити викиди вуглекислого газу та інші негативні наслідки туризму для екосистем [37].

Таким чином, діджитал туризм є сучасним напрямком, який активно розвивається завдяки використанню цифрових технологій [26]. Він забезпечує зручність та доступність інформації для туристів, сприяє персоналізації послуг та підвищенню їхньої якості [14]. Крім того, діджитал туризм відкриває нові можливості для розвитку туристичної індустрії, дозволяючи підприємствам краще розуміти потреби своїх клієнтів та адаптуватися до змін ринкових умов [31].

Важливою складовою діджитал туризму є також маркетинг та реклама, які використовують цифрові канали для просування туристичних послуг [16]. Це включає використання контент-маркетингу, SEO-оптимізації, соціальних медіа та інших інструментів для залучення уваги потенційних клієнтів [20]. Цифровий

маркетинг дозволяє компаніям ефективно досягати своєї цільової аудиторії та підвищувати рівень їхньої залученості [38].

На завершення, діджитал туризм є важливим трендом сучасності, який активно змінює традиційні підходи до організації та проведення подорожей [39]. Використання цифрових технологій сприяє покращенню якості туристичних послуг, підвищенню задоволеності туристів та розвитку туристичної індустрії загалом [40]. Діджитал туризм має великий потенціал для подальшого розвитку, відкриваючи нові можливості для туристів та підприємств у всьому світі [33].

## 1.2. Історія розвитку діджитал туризму

Історія розвитку діджитал туризму є яскравим прикладом того, як технологічний прогрес впливає на різні аспекти нашого життя, включаючи туризм. Виникнення та розвиток діджитал туризму пов'язано з широким впровадженням інформаційно-комунікаційних технологій, які відкрили нові можливості для туристів і туристичних компаній [1].

Перші спроби використання цифрових технологій у туризмі з'явилися в середині 20-го століття, коли почали розвиватися комп'ютерні системи бронювання авіаквитків. Однією з перших таких систем стала SABRE, яку створили American Airlines та IBM у 1960-х роках [2]. Ця система дозволила значно спростити процес бронювання квитків та автоматизувати обробку великих обсягів даних про рейси, що стало першим кроком до діджиталізації туризму.

У 1980-х роках з'явилися перші глобальні системи дистрибуції (GDS), які об'єднували інформацію про рейси, готелі та інші туристичні послуги в єдину базу даних [3]. Це дозволило туристичним агентам швидко знаходити та бронювати необхідні послуги для своїх клієнтів, що значно покращило ефективність роботи туристичної індустрії [4].

З початком розвитку Інтернету в 1990-х роках діджитал туризм набув нових обертів [5]. З'явилися перші веб-сайти туристичних компаній, які дозволяли

користувачам самостійно шукати інформацію про подорожі, бронювати квитки та готелі онлайн. Одним з перших таких сайтів був Expedia, який запустився у 1996 році і швидко став популярним серед мандрівників [6].

У 2000-х роках розвиток діджитал туризму продовжився завдяки появі нових технологій та платформ [7]. Зокрема, соціальні мережі, такі як Facebook та Instagram, стали важливим інструментом для обміну інформацією про подорожі та взаємодії з туристами [8]. Туристичні компанії почали активно використовувати соціальні мережі для просування своїх послуг, залучення нових клієнтів та підтримки зв'язку з існуючими клієнтами [9].

Однією з ключових подій в історії діджитал туризму стало впровадження мобільних додатків [10]. У 2010-х роках мобільні технології стали невід'ємною частиною життя сучасних людей, включаючи туристів [11]. Мобільні додатки дозволяли користувачам планувати та організовувати свої подорожі, бронювати квитки та готелі, отримувати інформацію про туристичні об'єкти та маршрути в режимі реального часу [12]. Одними з найпопулярніших мобільних додатків у сфері туризму стали Booking.com, Airbnb, TripAdvisor та багато інших [13].

З початком пандемії COVID-19 у 2020 році діджитал туризм набув ще більшого значення [14]. Обмеження на подорожі та соціальна дистанція змусили туристичні компанії шукати нові способи взаємодії з клієнтами [15]. Віртуальні тури, онлайн-екскурсії та вебінари стали популярними інструментами для залучення туристів та підтримки їхнього інтересу до подорожей [16]. Крім того, багато туристичних компаній почали активно використовувати штучний інтелект та великі дані для аналізу поведінки туристів та розробки персоналізованих пропозицій [17].

Віртуальні та доповнені реальності стали важливою частиною діджитал туризму в 2020-х роках [18]. Віртуальні тури дозволяють користувачам відвідувати музеї, пам'ятки та інші туристичні об'єкти без фізичної присутності, що стало особливо актуальним під час пандемії [19]. Доповнена реальність, у свою чергу, дозволяє інтегрувати цифрові елементи в реальний світ, надаючи туристам

додаткову інформацію про об'єкти та маршрути [20]. Це відкриває нові можливості для покращення туристичного досвіду та залучення нових клієнтів [21].

Застосування аналітичних інструментів та великих даних стало важливою складовою діджитал туризму [22]. Туристичні компанії використовують ці технології для аналізу поведінки туристів, виявлення трендів та прогнозування попиту [23]. Це дозволяє їм краще розуміти потреби своїх клієнтів та адаптувати свої послуги відповідно до ринкових умов [24]. Використання великих даних та штучного інтелекту дозволяє створювати детальні профілі туристів та пропонувати їм персоналізовані послуги та рекомендації [25].

Важливим аспектом розвитку діджитал туризму є також питання безпеки та конфіденційності даних [26]. Оскільки цифрові технології активно використовуються для збору, зберігання та обробки особистих даних туристів, необхідно забезпечити надійний захист цих даних від несанкціонованого доступу та використання [27]. Це вимагає впровадження сучасних технологій захисту даних та дотримання відповідних законодавчих норм [28].

Екологічна стійкість також стала важливим аспектом діджитал туризму [29]. Використання цифрових технологій може сприяти зменшенню негативного впливу туризму на навколишнє середовище, наприклад, шляхом оптимізації маршрутів, зменшення паперової документації та впровадження електронних квитків [30]. Це дозволяє зменшити викиди вуглекислого газу та інші негативні наслідки туризму для екосистем [31].

Ще одним важливим аспектом розвитку діджитал туризму є маркетинг та реклама [32]. Цифрові технології дозволяють туристичним компаніям ефективно просувати свої послуги через інтернет, соціальні мережі та інші цифрові канали [33]. Використання контент-маркетингу, SEO-оптимізації, соціальних медіа та інших інструментів дозволяє залучати увагу потенційних клієнтів та підвищувати рівень їхньої залученості [34]. Це сприяє збільшенню прибутків туристичних компаній та розвитку туристичної індустрії загалом [35].

На завершення, історія розвитку діджитал туризму є яскравим прикладом того, як технологічний прогрес впливає на різні аспекти нашого життя [36]. Від перших комп'ютерних систем бронювання авіаквитків до сучасних мобільних додатків, віртуальних турів та аналітичних інструментів, діджитал туризм пройшов довгий шлях розвитку [37]. Сучасні цифрові технології відкривають нові можливості для туристів та туристичних компаній, забезпечуючи зручність, доступність та персоналізацію туристичних послуг [38].

Таким чином, діджитал туризм є важливим трендом сучасності, який активно змінює традиційні підходи до організації та проведення подорожей [39]. Використання цифрових технологій сприяє покращенню якості туристичних послуг, підвищенню задоволеності туристів та розвитку туристичної індустрії загалом [40]. Діджитал туризм має великий потенціал для подальшого розвитку, відкриваючи нові можливості для туристів та підприємств у всьому світі [11].

### 1.3. Основні тенденції та тренди в діджитал туризмі

Сучасний туризм зазнає значних змін під впливом цифрових технологій, що перетворюють традиційні методи планування і здійснення подорожей на нові, інноваційні процеси. Основні тенденції та тренди в діджитал туризмі охоплюють різні аспекти, від використання мобільних додатків та соціальних мереж до застосування штучного інтелекту та великих даних. Ці зміни відкривають нові можливості для туристів і туристичних компаній, забезпечуючи вищий рівень зручності, персоналізації та ефективності [5].

Однією з найважливіших тенденцій у діджитал туризмі є зростання ролі мобільних технологій. Мобільні додатки стали невід'ємною частиною життя сучасних туристів, дозволяючи їм планувати подорожі, бронювати квитки та готелі, отримувати інформацію про туристичні об'єкти та маршрути, а також спілкуватися з іншими мандрівниками [11]. Згідно з дослідженнями, більшість туристів

використовують мобільні додатки для планування своїх подорожей, що робить цей інструмент одним із найважливіших у сучасному туризмі [20].

Розвиток соціальних мереж також значно вплинув на туризм, створюючи нові можливості для взаємодії між туристами та туристичними компаніями. Соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram, Twitter, YouTube та інші, стали потужними платформами для обміну інформацією про подорожі, рекомендаціями, фотографіями та відео [15]. Туристичні компанії активно використовують соціальні мережі для просування своїх послуг, залучення нових клієнтів та підтримки зв'язку з існуючими клієнтами. Важливість соціальних мереж у діджитал туризмі пояснюється їх здатністю швидко поширювати інформацію та створювати ефект соціального доказу, що сприяє популяризації туристичних напрямків та послуг [18].

Ще однією важливою тенденцією в діджитал туризмі є використання великих даних та аналітичних інструментів. Туристичні компанії збирають величезну кількість даних про поведінку туристів, їхні вподобання, звички та інтереси, що дозволяє краще розуміти потреби клієнтів та адаптувати свої послуги відповідно до цих потреб [7]. Аналіз великих даних дозволяє створювати детальні профілі туристів та пропонувати їм персоналізовані рекомендації, що підвищує рівень задоволеності клієнтів та їхню лояльність до бренду [12]. Штучний інтелект та машинне навчання використовуються для автоматизації процесів аналізу даних та розробки прогнозів щодо попиту на туристичні послуги, що дозволяє ефективніше планувати діяльність туристичних компаній [19].

Важливою складовою діджитал туризму є також розвиток віртуальної та доповненої реальності. Віртуальна реальність дозволяє туристам зануритися у віртуальні подорожі, відвідати музеї, пам'ятки та інші туристичні об'єкти без фізичної присутності [13]. Це відкриває нові можливості для туризму, особливо у періоди пандемій та інших кризових ситуацій, коли традиційні подорожі стають неможливими або небезпечними [21]. Доповнена реальність, у свою чергу, дозволяє інтегрувати цифрові елементи в реальний світ, надаючи туристам додаткову інформацію про об'єкти та маршрути. Наприклад, за допомогою доповненої

реальності можна отримати інформацію про історію пам'ятки, розташування найближчих ресторанів або готелів, а також про інші цікаві місця в околицях [23].

Зростання популярності онлайн-платформ для обміну житлом, таких як Airbnb, також є важливим трендом у діджитал туризмі. Ці платформи дозволяють туристам знаходити унікальні та доступні варіанти проживання по всьому світу, що робить подорожі більш доступними та цікавими [25]. Крім того, обмін житлом сприяє розвитку спільнот та підтримці місцевих економік, оскільки туристи часто витрачають гроші на місцеві послуги та товари [26].

Розвиток діджитал туризму також включає впровадження екологічно стійких рішень. Використання цифрових технологій може сприяти зменшенню негативного впливу туризму на навколишнє середовище, наприклад, шляхом оптимізації маршрутів, зменшення паперової документації та впровадження електронних квитків [28]. Це дозволяє зменшити викиди вуглекислого газу та інші негативні наслідки туризму для екосистем [30].

Іншим важливим аспектом діджитал туризму є безпека та конфіденційність даних. Оскільки цифрові технології активно використовуються для збору, зберігання та обробки особистих даних туристів, необхідно забезпечити надійний захист цих даних від несанкціонованого доступу та використання [31]. Це вимагає впровадження сучасних технологій захисту даних та дотримання відповідних законодавчих норм, що забезпечує безпеку та довіру клієнтів [35].

Важливим трендом у діджитал туризмі є також інтеграція різноманітних цифрових платформ та сервісів. Туристичні компанії прагнуть створити єдині екосистеми, які об'єднують різні аспекти подорожей, включаючи бронювання квитків, готелів, оренду автомобілів, замовлення екскурсій та інших послуг [3]. Це дозволяє туристам отримувати всі необхідні послуги в одному місці, що значно спрощує процес планування та організації подорожей [9]. Інтеграція платформ також сприяє кращій взаємодії між різними учасниками туристичної індустрії, що підвищує ефективність їхньої роботи [10].



Зростання популярності мобільних платіжних систем та криптовалют також є важливим трендом у діджитал туризмі. Мобільні платежі дозволяють туристам швидко та зручно оплачувати послуги за допомогою своїх смартфонів, що значно спрощує процес оплати під час подорожей [4]. Крім того, деякі туристичні компанії починають приймати криптовалюту як засіб оплати, що відкриває нові можливості для туристів з усього світу [6].

Одним з важливих трендів у діджитал туризмі є розвиток персоналізації послуг. Туристичні компанії використовують аналіз даних для створення персоналізованих рекомендацій, які враховують індивідуальні потреби та вподобання туристів [14]. Це дозволяє пропонувати клієнтам індивідуально підібрані маршрути, готелі, ресторани та інші послуги, що підвищує рівень задоволеності туристів та їхню лояльність до бренду [17]. Персоналізація стає можливою завдяки використанню штучного інтелекту, машинного навчання та інших сучасних технологій [27].

Розвиток технологій штучного інтелекту також значно впливає на діджитал туризм. Штучний інтелект використовується для автоматизації процесів обробки даних, аналізу поведінки туристів, розробки прогнозів та надання персоналізованих рекомендацій [29]. Крім того, штучний інтелект використовується для створення віртуальних помічників та чат-ботів, які допомагають туристам отримувати інформацію про послуги, планувати подорожі та вирішувати різні питання в режимі реального часу [34].

Одним з важливих аспектів розвитку діджитал туризму є також впровадження блокчейн-технологій. Блокчейн дозволяє забезпечити прозорість та безпеку транзакцій, що є важливим для туристичної індустрії [22]. Наприклад, блокчейн можна використовувати для управління ланцюгами постачання, бронювання квитків та готелів, а також для забезпечення автентичності відгуків та рейтингів туристичних об'єктів [24]. Використання блокчейн-технологій сприяє підвищенню довіри клієнтів та забезпеченню надійності туристичних послуг [8].

Важливим трендом у діджитал туризмі є розвиток екологічного та сталого туризму. Туристичні компанії все частіше звертають увагу на питання екологічної стійкості та зменшення негативного впливу туризму на навколишнє середовище [16]. Це включає використання екологічно чистих видів транспорту, зменшення споживання ресурсів, оптимізацію маршрутів та впровадження екологічних практик у діяльність туристичних підприємств [33].

На завершення, основні тенденції та тренди в діджитал туризмі охоплюють широкий спектр аспектів, від використання мобільних технологій та соціальних мереж до впровадження штучного інтелекту та великих даних [38]. Ці зміни відкривають нові можливості для туристів та туристичних компаній, забезпечуючи вищий рівень зручності, персоналізації та ефективності [40]. Діджитал туризм продовжує розвиватися, адаптуючись до нових викликів та потреб сучасного світу, що робить його важливим трендом у туристичній індустрії [30].

## **Висновки до розділу 1**

У цьому розділі ми дослідили ключові аспекти діджитал туризму, які відображають його значущість у сучасному світі. Діджитал туризм вийшов на передній план завдяки широкому впровадженню інформаційно-комунікаційних технологій, які змінили традиційні підходи до планування та організації подорожей. Цей напрямок туризму забезпечує зручність, доступність та персоналізацію послуг, що підвищує рівень задоволеності туристів.

Поняття діджитал туризму охоплює використання різних цифрових платформ, таких як веб-сайти, мобільні додатки та соціальні мережі, що дозволяють мандрівникам самостійно планувати свої подорожі. Історія розвитку цього явища демонструє, як технологічні інновації поступово змінювали туристичну індустрію, починаючи з перших комп'ютерних систем бронювання авіаквитків і до сучасних віртуальних турів та аналітичних інструментів.

Однією з найважливіших тенденцій є зростання ролі мобільних технологій. Мобільні додатки стали незамінним інструментом для сучасних мандрівників, надаючи можливість бронювання, планування маршрутів та отримання інформації про туристичні об'єкти. Соціальні мережі стали платформами для обміну досвідом і рекомендаціями, що сприяє популяризації туристичних послуг і напрямків.

Важливу роль у діджитал туризмі відіграють великі дані та аналітичні інструменти. Вони дозволяють туристичним компаніям глибше розуміти потреби своїх клієнтів, надавати персоналізовані послуги та ефективніше планувати свою діяльність. Віртуальна та доповнена реальності відкривають нові можливості для туризму, дозволяючи туристам зануритися у віртуальні подорожі та отримувати додаткову інформацію про об'єкти під час реальних подорожей.

Популярність онлайн-платформ для обміну житлом, таких як Airbnb, також значно зросла, надаючи туристам унікальні варіанти проживання. Ці платформи сприяють розвитку місцевих економік та підвищують доступність подорожей.

Екологічна стійкість стає важливим аспектом діджитал туризму. Цифрові технології допомагають зменшити негативний вплив на навколишнє середовище, оптимізуючи маршрути, знижуючи споживання ресурсів та впроваджуючи електронні квитки. Безпека та конфіденційність даних є критичними для забезпечення довіри клієнтів, що вимагає впровадження сучасних технологій захисту даних.

Інтеграція різноманітних цифрових платформ спрощує процес планування подорожей, дозволяючи туристам отримувати всі необхідні послуги в одному місці. Мобільні платіжні системи та криптовалюти спрощують процес оплати послуг під час подорожей, забезпечуючи швидкість та зручність.

Персоналізація послуг стає можливою завдяки аналізу даних, що дозволяє туристичним компаніям надавати індивідуально підібрані маршрути та рекомендації. Штучний інтелект використовується для автоматизації процесів, створення віртуальних помічників та чат-ботів, що допомагають туристам у реальному часі.

Блокчейн-технології забезпечують прозорість та безпеку транзакцій, що є важливим для туристичної індустрії. Вони допомагають у управлінні ланцюгами постачання, бронюванні та забезпеченні автентичності відгуків і рейтингів туристичних об'єктів.

Основні тенденції та тренди в діджитал туризмі відкривають нові можливості для туристів і туристичних компаній, забезпечуючи вищий рівень зручності, персоналізації та ефективності. Діджитал туризм продовжує розвиватися, адаптуючись до нових викликів і потреб сучасного світу, що робить його важливим трендом у туристичній індустрії.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ СТАНУ ТА РОЗВИТОК ДІДЖИТАЛ ТУРИЗМУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

#### 2.1. Ресурсне забезпечення діджитал туризму

Ресурсне забезпечення діджитал туризму охоплює широкий спектр технологічних, інформаційних та людських ресурсів, які сприяють розвитку та функціонуванню цього напрямку. У цьому підрозділі ми розглянемо ключові аспекти ресурсного забезпечення діджитал туризму, включаючи використання інтернету, мобільних технологій, соціальних мереж, а також людських ресурсів, необхідних для забезпечення якісного обслуговування туристів.

#### **Технологічні ресурси**

Одним з найважливіших технологічних ресурсів діджитал туризму є інтернет. Інтернет надає туристам можливість отримувати інформацію про туристичні об'єкти, бронювати квитки та готелі, а також планувати свої подорожі [12]. Висока швидкість інтернет-з'єднання та доступність Wi-Fi у громадських місцях, готелях та ресторанах є важливими факторами, що сприяють розвитку діджитал туризму.

**Таблиця 2.1.1 - Доступність інтернету у туристичних регіонах світу (2023 рік)**

<b>Регіон</b>	<b>Відсоток населення з доступом до інтернету</b>	<b>Доступність Wi-Fi у громадських місцях (%)</b>
Північна Америка		
Європа		
Азія		
Африка		

Мобільні технології також відіграють важливу роль у діджитал туризмі. Більшість туристів використовують мобільні додатки для планування та організації своїх подорожей. Мобільні додатки дозволяють користувачам бронювати квитки, готелі, отримувати інформацію про маршрути та туристичні об'єкти, а також користуватися послугами навігації [5]. Серед найпопулярніших мобільних додатків у сфері туризму можна виділити Booking.com, Airbnb, TripAdvisor та Google Maps.

**Таблиця 2.1.2 - Популярні мобільні додатки для туристів (2023 рік)**

<b>Додаток</b>	<b>Кількість завантажень (млн)</b>	<b>Основні функції</b>
		Бронювання готелів
		Оренда житла
		Відгуки та рекомендації
		Навігація та інформація про маршрути

Соціальні мережі є важливим каналом для просування туристичних послуг та взаємодії з туристами. Вони дозволяють туристичним компаніям ефективно залучати нових клієнтів, підтримувати зв'язок з існуючими клієнтами та отримувати зворотний зв'язок [23]. Популярні соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram, Twitter та YouTube, використовуються для обміну інформацією про подорожі, фотографіями, відео та відгуками.

**Таблиця 2.1.3 - Використання соціальних мереж для туризму (2023 рік)**

<b>Соціальна мережа</b>	<b>Кількість активних користувачів (млн)</b>	<b>Основні функції</b>
		Спілкування, обмін інформацією
		Фотографії, відео, історії

		Новини, обговорення, взаємодія
		Відео-контент, трансляції

### **Інформаційні ресурси**

Інформаційні ресурси відіграють ключову роль у діджитал туризмі. Це включає веб-сайти, мобільні додатки, платформи для бронювання та інші цифрові інструменти, які надають туристам доступ до інформації про подорожі. Веб-сайти туристичних компаній забезпечують можливість отримання детальної інформації про туристичні послуги, бронювання квитків та готелів, а також перегляду відгуків інших туристів [7].

**Таблиця 2.1.4 - Інформаційні ресурси для туристів (2023 рік)**

<b>Тип ресурсу</b>	<b>Приклади</b>	<b>Основні функції</b>
Веб-сайти		Пошук та бронювання квитків, готелів
Мобільні додатки		Бронювання, відгуки, інформація
Соціальні мережі		Обмін інформацією, відгуки, рекомендації
Онлайн-платформи		Оренда житла, обмін житлом

### **Людські ресурси**

Людські ресурси є невід'ємною частиною ресурсного забезпечення діджитал туризму. Це включає спеціалістів з інформаційних технологій, маркетингу, обслуговування клієнтів та інших галузей, які забезпечують ефективну роботу туристичних компаній. Фахівці з ІТ відповідають за розробку та підтримку веб-сайтів, мобільних додатків та інших цифрових інструментів, які використовуються у діджитал туризмі [15]. Маркетологи розробляють стратегії просування туристичних послуг у цифрових каналах, таких як соціальні мережі та інтернет-реклама. Спеціалісти з обслуговування клієнтів забезпечують високий рівень сервісу та підтримку туристів під час планування та здійснення їхніх подорожей

**Таблиця 2.1.5 - Ключові спеціалісти у сфері діджитал туризму (2023 рік)**

<b>Спеціалізація</b>	<b>Основні завдання</b>
ІТ-фахівці	Розробка та підтримка цифрових інструментів
Маркетологи	Розробка стратегій просування, реклама
Спеціалісти з обслуговування	Підтримка клієнтів, консультації, допомога
Аналітики	Аналіз даних, прогнозування попиту, персоналізація

### **Інфраструктурні ресурси**

Інфраструктурні ресурси включають всі фізичні та матеріальні засоби, які забезпечують ефективну роботу діджитал туризму. Це готелі, транспортні засоби, туристичні об'єкти, а також інтернет-кафе, кіоски з доступом до Wi-Fi та інші точки доступу до цифрових послуг [22]. Наявність якісної інфраструктури є важливою умовою для розвитку діджитал туризму, оскільки вона забезпечує комфортні умови для туристів та сприяє їхньому задоволенню від подорожей.

**Таблиця 2.1.6 - Інфраструктурні ресурси для діджитал туризму (2023 рік)**

<b>Тип інфраструктури</b>	<b>Приклади</b>	<b>Основні функції</b>
Готелі		Проживання, зручності, інтернет
Транспортні засоби		Перевезення, мобільність
Туристичні об'єкти	Музеї, пам'ятки, парки	Відвідування, освітні програми
Точки доступу до	Інтернет-кафе, громадські кіоски	Доступ до інтернету, цифрові послуги

### **Фінансові ресурси**

Фінансові ресурси є критично важливими для розвитку та підтримки діджитал туризму. Інвестиції у технологічну інфраструктуру, розробку мобільних



додатків, маркетингові кампанії та навчання персоналу є необхідними для забезпечення конкурентоспроможності туристичних компаній [25]. Фінансові ресурси також використовуються для впровадження нових технологій, таких як штучний інтелект, великі дані та блокчейн, які покращують якість послуг та підвищують задоволеність клієнтів.

**Таблиця 2.1.7 - Основні напрямки інвестування у діджитал туризм (2023 рік)**

Напрямок інвестування	Приклади витрат	Очікувані результати
Технологічна інфраструктура	Сервери, мережеве обладнання	Покращення швидкості та якості послуг
Розробка мобільних додатків	Програмне забезпечення, розробка додатків	Зручність користування, доступність
Маркетингові кампанії	Реклама, просування у соціальних мережах	Залучення нових клієнтів, підвищення впізнаваності
Навчання персоналу	Тренінги, семінари	Підвищення кваліфікації, покращення обслуговування

Узагальнюючи, ресурсне забезпечення діджитал туризму включає широкий спектр технологічних, інформаційних, людських, інфраструктурних та фінансових ресурсів. Кожен з цих аспектів є критично важливим для забезпечення якісного обслуговування туристів та розвитку туристичної індустрії. Інтернет та мобільні технології, соціальні мережі, інформаційні ресурси, кваліфіковані фахівці, якісна інфраструктура та достатні фінансові ресурси — все це складає основу успішного функціонування діджитал туризму в сучасному світі.

## 2.2. Інфраструктура та технології діджитал туризму

Інфраструктура та технології відіграють ключову роль у розвитку діджитал туризму, забезпечуючи туристам доступ до необхідної інформації, послуг та сервісів. У цьому підрозділі ми розглянемо основні компоненти інфраструктури та технологічні рішення, які сприяють ефективному функціонуванню діджитал туризму, включаючи готельну інфраструктуру, транспорт, платформи бронювання, системи управління подорожами та інноваційні технології.

### **Готельна інфраструктура**

Готельна інфраструктура є однією з основних складових діджитал туризму. Сучасні готелі активно впроваджують цифрові технології для покращення сервісу та залучення клієнтів. Це включає онлайн-бронювання, електронні ключі для номерів, мобільні додатки для управління послугами готелю, безконтактну реєстрацію та виїзд [12]. Такий підхід забезпечує зручність та швидкість обслуговування, підвищуючи рівень задоволеності клієнтів.

**Таблиця 2.2.1 - Цифрові технології в готелях (2023 рік)**

<b>Технологія</b>	<b>Опис</b>	<b>Приклад застосування</b>
Онлайн-бронювання	Бронювання номерів через інтернет	
Електронні ключі	Використання смартфонів для доступу до номерів	
Мобільні додатки	Управління послугами готелю через додаток	
Безконтактна реєстрація	Реєстрація та виїзд без контакту з персоналом	

### **Транспортна інфраструктура**

Транспорт є ще одним важливим компонентом інфраструктури діджитал туризму. Цифрові технології сприяють оптимізації транспортних послуг, забезпечуючи туристам зручність та доступність. Мобільні додатки для бронювання таксі, оренди автомобілів, купівлі квитків на громадський транспорт та авіарейси стали невід'ємною частиною подорожей [5]. Крім того, розвиток

електромобілів та безпілотних транспортних засобів відкриває нові перспективи для туристичної індустрії.

**Таблиця 2.2.2 - Цифрові технології у транспорті (2023 рік)**

Технологія	Опис	Приклад застосування
Мобільні додатки для таксі	Бронювання таксі через смартфон	
Оренда автомобілів	Оренда авто через додаток	
Електронні квитки	Купівля квитків на транспорт через інтернет	
Безпілотні транспортні засоби	Автономні транспортні засоби	

### **Платформи бронювання**

Платформи бронювання є ключовим елементом діджитал туризму, оскільки вони забезпечують туристам можливість зручно та швидко бронювати різні послуги, включаючи проживання, транспорт, екскурсії та інші туристичні послуги. Ці платформи об'єднують велику кількість пропозицій, надаючи користувачам широкий вибір та можливість порівнювати ціни та умови [23].

**Таблиця 2.2.3 - Популярні платформи для бронювання (2023 рік)**

Платформа	Основні послуги	Приклади
	Готелі, апартаменти, оренда авто	Глобальна платформа для бронювання
	Оренда житла, унікальні пропозиції	Квартири, будинки, кімнати
	Готелі, рейси, оренда авто, пакети турів	Універсальна платформа для подорожей

	Відгуки, готелі, ресторани, розваги	Інформація про подорожі та бронювання
--	-------------------------------------	---------------------------------------

### **Системи управління подорожами**

Системи управління подорожами (Travel Management Systems) дозволяють туристам та туристичним компаніям ефективно організовувати та координувати подорожі. Вони включають інструменти для бронювання, управління маршрутами, моніторингу витрат та звітності [7]. Ці системи забезпечують зручність та оптимізацію процесів, що є важливим для бізнес-туризму та великих туристичних груп.

**Таблиця 2.2.4 - Системи управління подорожами (2023 рік)**

<b>Система</b>	<b>Опис</b>	<b>Приклади</b>
	Управління витратами, бронювання, звітність	Популярна система для бізнес-туризму
	Бронювання, управління маршрутами, звітність	Інноваційна платформа для компаній
	Інтеграція з ERP-системами, управління витратами	Глобальне рішення для великих підприємств
	Онлайн-бронювання, управління витратами	Універсальна платформа для бізнес-подорожей

### **Інноваційні технології**

Інноваційні технології, такі як віртуальна реальність (VR), доповнена реальність (AR), штучний інтелект (AI) та великі дані (Big Data), змінюють спосіб, у який туристи планують та здійснюють подорожі. Ці технології відкривають нові можливості для персоналізації та покращення туристичного досвіду [19].

Віртуальна реальність дозволяє туристам попередньо ознайомитися з місцями, які вони планують відвідати, через віртуальні тури. Доповнена реальність надає додаткову інформацію про туристичні об'єкти та маршрути в режимі реального часу. Штучний інтелект використовується для аналізу даних та створення

персоналізованих рекомендацій, а великі дані дозволяють туристичним компаніям краще розуміти потреби клієнтів та адаптувати свої послуги відповідно [15].

**Таблиця 2.2.5 - Інноваційні технології у діджитал туризмі (2023 рік)**

Технологія	Опис	Приклад застосування
Віртуальна реальність	Віртуальні тури, попередній перегляд місць	VR-тури музеями, готелями, містами
Доповнена реальність	Інтерактивні гіді, додаткова інформація	AR-додатки для музеїв, парків, екскурсій
Штучний інтелект (AI)	Персоналізовані рекомендації, чат-боти	Рекомендаційні системи, віртуальні асистенти
Великі дані (Big Data)	Аналіз даних, прогнозування попиту	Маркетингові стратегії, покращення послуг

### **Інтернет речей (IoT)**

Інтернет речей (IoT) відіграє все більшу роль у діджитал туризмі, забезпечуючи туристам зручність та безпеку. Пристрої IoT можуть автоматично збирати та обробляти інформацію про подорожі, надаючи туристам актуальні дані про погоду, трафік, маршрути та інші важливі аспекти [21]. Крім того, IoT-пристрої можуть використовуватися для моніторингу безпеки в готелях, аеропортах та інших туристичних об'єктах.

**Таблиця 2.2.6 - Використання IoT у діджитал туризмі (2023 рік)**

Пристрій IoT	Опис	Приклад застосування
Смарт-камери	Моніторинг безпеки, розпізнавання обличчя	Безпека в готелях, аеропортах
Розумні термостати	Регулювання температури в номерах готелів	Енергозбереження, комфорт клієнтів

Портативні роутери	Wi-Fi-	Доступ до інтернету в подорожах	Безперебійний зв'язок	інтернет-
Смарт-замки		Безконтактний доступ до номерів	Підвищена безпека, зручність для клієнтів	

### **Кібербезпека**

З розвитком діджитал туризму питання кібербезпеки набуває особливого значення. Захист особистих даних туристів та конфіденційної інформації є пріоритетом для туристичних компаній [13]. Впровадження сучасних технологій кібербезпеки, таких як шифрування даних, багатофакторна аутентифікація та моніторинг кіберзагроз, допомагає запобігати несанкціонованому доступу до інформації та забезпечує довіру клієнтів.

**Таблиця 2.2.7 - Технології кібербезпеки у діджитал туризмі (2023 рік)**

<b>Технологія</b>	<b>Опис</b>	<b>Приклад застосування</b>
Шифрування даних	Захист даних від несанкціонованого доступу	Шифрування при передачі та зберіганні даних
Багатофакторна аутентифікація	Додатковий рівень захисту для входу в систему	Аутентифікація через SMS, додатки
Моніторинг кіберзагроз	Виявлення та запобігання кібератакам	Системи виявлення вторгнень, антивіруси

### **Екологічна стійкість**

Екологічна стійкість є важливим аспектом розвитку діджитал туризму. Використання цифрових технологій допомагає зменшити негативний вплив туризму на навколишнє середовище [17]. Це включає оптимізацію маршрутів для зменшення викидів вуглекислого газу, впровадження електронних квитків для зменшення споживання паперу, та розвиток екологічних видів транспорту.

**Таблиця 2.2.8 - Екологічні рішення у діджитал туризмі (2023 рік)**

Технологія	Опис	Приклад застосування
Оптимізація маршрутів	Зменшення викидів CO <sub>2</sub> , економія ресурсів	Навігаційні системи з екологічними маршрутами
Електронні квитки	Зменшення використання паперу	Електронні квитки на транспорт, в музеї
Екологічні види транспорту	Використання електромобілів, велосипедів	Каршеринг електромобілів, оренда велосипедів

### Персоналізація послуг

Персоналізація послуг є ключовим трендом у діджитал туризмі. Використання великих даних та штучного інтелекту дозволяє туристичним компаніям надавати індивідуально підібрані рекомендації та пропозиції, що враховують особисті вподобання та потреби туристів [25]. Це підвищує рівень задоволеності клієнтів та їхню лояльність до бренду.

**Таблиця 2.2.9 - Персоналізація у діджитал туризмі (2023 рік)**

Технологія	Опис	Приклад застосування
Великі дані (Big Data)	Аналіз даних для створення персоналізованих пропозицій	Маркетингові кампанії, покращення сервісів
Штучний інтелект (AI)	Рекомендації на основі поведінки користувачів	Чат-боти, віртуальні асистенти, рекомендації
Мобільні додатки	Персоналізовані функції в додатках	Сповідання, персоналізовані маршрути

### Майбутні тенденції

Майбутні тенденції у діджитал туризмі включають подальший розвиток технологій штучного інтелекту, розширення застосування віртуальної та доповненої реальності, інтеграцію блокчейн-технологій для забезпечення

прозорості та безпеки транзакцій, а також збільшення уваги до екологічної стійкості [29]. Ці тенденції сприятимуть подальшому покращенню якості туристичних послуг та підвищенню задоволеності клієнтів.

**Таблиця 2.2.10 - Майбутні тенденції у діджитал туризмі (2023 рік)**

Тенденція	Опис	Приклад застосування
Штучний інтелект	Автоматизація процесів, покращення сервісу	Інтелектуальні чат-боти, прогнозування попиту
Віртуальна реальність	Поглиблення досвіду, попередній перегляд	VR-тури, віртуальні екскурсії
Блокчейн	Прозорість та безпека транзакцій	Управління бронюваннями, автентичність відгуків
Екологічна стійкість	Зменшення негативного впливу на середовище	Еко-дружні рішення, оптимізація ресурсів

Узагальнюючи, інфраструктура та технології є невід'ємною частиною діджитал туризму, забезпечуючи туристам зручність, безпеку та персоналізовані послуги. Використання сучасних цифрових технологій, таких як мобільні додатки, платформи бронювання, інноваційні технології та IoT, сприяє розвитку туристичної індустрії та підвищенню рівня задоволеності клієнтів. Майбутні тенденції, що включають розвиток штучного інтелекту, віртуальної реальності, блокчейну та екологічної стійкості, обіцяють ще більше покращити якість туристичних послуг і забезпечити сталий розвиток туризму.

### 2.3. Роль соціальних мереж та онлайн-платформ у розвитку діджитал туризму

Сучасні соціальні мережі та онлайн-платформи відіграють вирішальну роль у розвитку діджитал туризму, надаючи користувачам можливість легко отримувати інформацію, обмінюватися досвідом та взаємодіяти з туристичними компаніями. Ці



інструменти стали невід'ємною частиною туристичного бізнесу, сприяючи популяризації туристичних напрямків, залученню нових клієнтів та покращенню обслуговування. У цьому підрозділі ми розглянемо основні аспекти впливу соціальних мереж та онлайн-платформ на розвиток діджитал туризму, включаючи маркетинг, комунікацію, бронювання та аналітику.

### **Маркетинг у соціальних мережах**

Соціальні мережі стали потужним інструментом для маркетингу туристичних послуг. Платформи, такі як Facebook, Instagram, Twitter та YouTube, дозволяють туристичним компаніям ефективно просувати свої послуги, залучати нових клієнтів та підтримувати зв'язок з існуючими клієнтами [5]. Використання соціальних мереж для маркетингу дозволяє компаніям створювати персоналізовані рекламні кампанії, таргетувати аудиторію за інтересами та демографічними показниками, а також аналізувати ефективність своїх маркетингових зусиль.

**Таблиця 2.3.1 - Використання соціальних мереж для туристичного маркетингу (2023 рік)**

<b>Соціальна мережа</b>	<b>Основні функції</b>	<b>Приклад використання</b>
	Реклама, спілкування, групи	Рекламні кампанії, групи мандрівників
	Фотографії, відео, історії	Публікація фотографій, stories з подорожей
	Новини, обговорення, взаємодія	Обмін новинами про подорожі, відповіді на питання
	Відео-контент, трансляції	Відео-огляди туристичних об'єктів, трансляції подій

### **Комунікація та взаємодія**

Соціальні мережі значно полегшили комунікацію між туристами та туристичними компаніями. Користувачі можуть залишати відгуки, ставити запитання та отримувати оперативні відповіді через платформи, такі як Facebook

Messenger, Instagram Direct та Twitter DMs [12]. Це сприяє підвищенню рівня задоволеності клієнтів та покращенню якості обслуговування.

Онлайн-платформи, такі як TripAdvisor, надають користувачам можливість залишати детальні відгуки про готелі, ресторани, туристичні об'єкти та інші послуги, що допомагає іншим туристам приймати обґрунтовані рішення під час планування своїх подорожей. Туристичні компанії можуть використовувати ці відгуки для вдосконалення своїх послуг та підвищення рівня обслуговування [15].

**Таблиця 2.3.2 - Платформи для відгуків та комунікації (2023 рік)**

Платформа	Основні функції	Приклад використання
	Відгуки, рейтинги, форуми	Відгуки про готелі, ресторани, об'єкти
	Відгуки про місцеві послуги	Відгуки про ресторани, розваги
	Чат, обмін повідомленнями, підтримка	Комунікація з клієнтами, підтримка
	Оцінки, відгуки, рейтинги	Відгуки про місця та послуги

### **Платформи для бронювання**

Онлайн-платформи для бронювання стали важливою частиною інфраструктури діджитал туризму, надаючи користувачам можливість зручно бронювати квитки, готелі, орендувати автомобілі та замовляти інші послуги. Платформи, такі як Booking.com, Expedia, Airbnb та Skyscanner, забезпечують широкий вибір послуг, порівняння цін та умов, а також відгуки інших користувачів

**Таблиця 2.3.3 - Популярні онлайн-платформи для бронювання (2023 рік)**

Платформа	Основні послуги	Приклад використання
-----------	-----------------	----------------------

	Готелі, апартаменти, оренда авто	Бронювання проживання, оренда автомобілів
	Готелі, рейси, оренда авто, пакети турів	Комплексні пропозиції для подорожей
	Оренда житла, унікальні пропозиції	Квартири, будинки, кімнати
	Пошук рейсів, готелів, прокату автомобілів	Порівняння цін на рейси, готелі, авто

Ці платформи надають користувачам доступ до великої кількості пропозицій, що дозволяє знайти найбільш вигідні варіанти для подорожей. Крім того, багато з цих платформ пропонують додаткові послуги, такі як страхування, трансфери та екскурсії, що робить процес планування подорожей більш зручним та комплексним.

### **Аналітика та великі дані**

Соціальні мережі та онлайн-платформи генерують величезні обсяги даних, які можуть бути використані для аналізу поведінки туристів, виявлення трендів та розробки ефективних маркетингових стратегій [23]. Великі дані дозволяють туристичним компаніям краще розуміти потреби своїх клієнтів та адаптувати свої послуги відповідно до цих потреб.

Аналітичні інструменти, такі як Google Analytics, соціальні медіа-інсайти та спеціалізовані платформи для аналізу відгуків, допомагають туристичним компаніям збирати та аналізувати дані про поведінку користувачів, їхні вподобання та тенденції на ринку. Це дозволяє приймати обґрунтовані рішення та розробляти персоналізовані пропозиції для клієнтів [25].

### **Контент-маркетинг**

Контент-маркетинг є ще одним важливим аспектом використання соціальних мереж та онлайн-платформ у діджитал туризмі. Туристичні компанії створюють і поширюють цікавий та корисний контент, який допомагає залучати нових клієнтів, підвищувати впізнаваність бренду та підтримувати інтерес до туристичних

напрямків. Це можуть бути статті, блоги, відео, фотографії та інший контент, що відповідає інтересам цільової аудиторії [7].

Соціальні мережі надають можливість для ефективного поширення контенту серед великої аудиторії, дозволяючи користувачам ділитися публікаціями, коментувати та взаємодіяти з брендами. Це сприяє створенню активних спільнот навколо туристичних компаній та підвищенню рівня залученості клієнтів.

### **Підтримка клієнтів**

Соціальні мережі та онлайн-платформи також відіграють важливу роль у підтримці клієнтів. Вони надають туристичним компаніям можливість оперативно реагувати на питання та проблеми клієнтів, надавати консультації та допомогу в режимі реального часу. Це сприяє підвищенню рівня задоволеності клієнтів та покращенню репутації компаній.

Крім того, багато туристичних компаній використовують чат-боти для автоматизації підтримки клієнтів. Чат-боти можуть відповідати на часті запитання, надавати інформацію про послуги та допомагати з бронюванням, що значно зменшує навантаження на персонал та забезпечує швидке обслуговування клієнтів

### **Вплив відгуків та рейтингів**

Відгуки та рейтинги, залишені користувачами на онлайн-платформах та в соціальних мережах, мають значний вплив на прийняття рішень іншими туристами. Позитивні відгуки та високі рейтинги можуть значно підвищити привабливість туристичних послуг та сприяти збільшенню кількості бронювань, тоді як негативні відгуки можуть негативно вплинути на репутацію компаній.

Онлайн-платформи, такі як TripAdvisor та Yelp, дозволяють користувачам залишати детальні відгуки про свій досвід, що допомагає іншим туристам приймати обґрунтовані рішення. Туристичні компанії можуть використовувати ці відгуки для вдосконалення своїх послуг та підвищення якості обслуговування.

### **Створення спільнот**

Соціальні мережі сприяють створенню активних спільнот навколо туристичних брендів та напрямків. Користувачі можуть об'єднуватися в групи за інтересами, ділитися досвідом та рекомендаціями, а також організовувати спільні подорожі. Це створює додаткову цінність для туристів та сприяє розвитку лояльності до бренду.

Туристичні компанії можуть активно взаємодіяти зі спільнотами, проводити конкурси, опитування та інші заходи, що підвищують рівень залученості користувачів та підтримують інтерес до своїх послуг. Крім того, активні спільноти можуть стати джерелом корисної інформації та ідей для розвитку туристичних продуктів та послуг [19].

### **Інфлюенсери у туризмі**

Інфлюенсери, які мають значну аудиторію в соціальних мережах, відіграють важливу роль у просуванні туристичних послуг. Вони можуть ділитися своїм досвідом, рекомендаціями та враженнями про подорожі, що впливає на рішення їхніх підписників. Співпраця з інфлюенсерами дозволяє туристичним компаніям досягати широкої аудиторії та підвищувати впізнаваність своїх брендів [23].

Інфлюенсери можуть створювати контент, який демонструє переваги певних напрямків, готелів, ресторанів та інших туристичних послуг, що сприяє збільшенню попиту та залученню нових клієнтів. Туристичні компанії активно співпрацюють з інфлюенсерами для проведення рекламних кампаній та просування своїх продуктів у соціальних мережах.

### **Платформи для створення контенту**

Онлайн-платформи для створення та поширення контенту, такі як YouTube, TikTok та Instagram, надають користувачам можливість створювати відео, фотографії та інші види контенту, які можуть бути використані для просування туристичних послуг. Ці платформи дозволяють туристам ділитися своїми враженнями та досвідом, що сприяє популяризації туристичних напрямків та послуг [12].

Туристичні компанії можуть використовувати ці платформи для створення власного контенту, що показує переваги їхніх послуг та залучає нових клієнтів. Відео-огляди, трансляції подій, фотографії та інший контент можуть стати потужним інструментом для просування туристичних брендів у цифровому середовищі.

Соціальні мережі та онлайн-платформи відіграють ключову роль у розвитку діджитал туризму, забезпечуючи туристам доступ до інформації, можливість бронювання, спілкування та обміну досвідом. Вони сприяють підвищенню рівня задоволеності клієнтів, покращенню якості обслуговування та залученню нових клієнтів.

Маркетинг у соціальних мережах, комунікація та взаємодія, платформи для бронювання, аналітика та великі дані, контент-маркетинг, підтримка клієнтів, вплив відгуків та рейтингів, створення спільнот, інфлюенсери та платформи для створення контенту – всі ці аспекти є важливими складовими діджитал туризму. Вони забезпечують туристичним компаніям можливість ефективно взаємодіяти з клієнтами, розвивати свої послуги та підвищувати свою конкурентоспроможність у сучасному цифровому світі.

#### 2.4. Економічний вплив діджитал туризму

Діджитал туризм здійснює значний економічний вплив на глобальному та національному рівнях, змінюючи структуру туристичної індустрії, створюючи нові робочі місця та сприяючи зростанню економік. Цей вплив можна простежити через різні аспекти, включаючи збільшення доходів від туризму, розширення ринків, розвиток суміжних галузей та підвищення продуктивності.

Одним з найважливіших економічних аспектів діджитал туризму є зростання доходів від туристичних послуг. Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), глобальні доходи від міжнародного туризму у 2019 році склали близько 1.7 трильйона доларів США, що на 4% більше порівняно з

попереднім роком. Впровадження цифрових технологій сприяло зростанню цього показника завдяки збільшенню кількості туристів, покращенню якості обслуговування та підвищенню ефективності маркетингових кампаній [1].

Діджитал туризм дозволяє туристичним компаніям розширювати свої ринки, залучаючи клієнтів з усього світу. Онлайн-платформи для бронювання, такі як Booking.com, Airbnb та Expedia, забезпечують доступ до мільйонів користувачів у різних країнах, що сприяє зростанню кількості міжнародних туристів. Наприклад, у 2020 році кількість користувачів платформи Airbnb перевищила 150 мільйонів, а загальна кількість бронювань сягнула понад 800 мільйонів [2].

Діджитал туризм також сприяє розвитку суміжних галузей, таких як готельний бізнес, транспорт, розваги та харчування. Згідно з даними Світового банку, витрати туристів на готельні послуги у 2019 році склали понад 600 мільярдів доларів США, що на 3.5% більше порівняно з попереднім роком. Витрати на транспорт (авіарейси, оренда автомобілів тощо) склали близько 500 мільярдів доларів США [3]. Ці показники свідчать про те, що розвиток діджитал туризму сприяє зростанню попиту на послуги суміжних галузей.

Впровадження цифрових технологій у туристичну індустрію підвищує продуктивність компаній, зменшуючи витрати та оптимізуючи процеси. Використання автоматизованих систем бронювання, аналітики даних та маркетингових інструментів дозволяє компаніям ефективніше керувати своїми ресурсами та покращувати обслуговування клієнтів. За оцінками McKinsey & туристичній індустрії на 20-30%, що призводить до зростання доходів на мільярди доларів щорічно [4].

Діджитал туризм сприяє створенню нових робочих місць у різних сферах, включаючи інформаційні технології, маркетинг, обслуговування клієнтів та управління. За даними Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC), у 2019 році туристична індустрія забезпечила роботою понад 330 мільйонів людей у всьому світі, що становить 10.4% від загальної кількості робочих місць. З

впровадженням діджитал технологій ця кількість продовжує зростати, забезпечуючи роботою мільйони людей [5].

Розвиток діджитал туризму також сприяє підтримці місцевих економік, особливо у регіонах з розвиненим туристичним потенціалом. Туристи витрачають гроші на місцеві послуги та товари, що сприяє зростанню доходів місцевих підприємств та створенню нових робочих місць. Наприклад, згідно з даними Eurostat, витрати міжнародних туристів у Європейському Союзі у 2019 році склали близько 500 мільярдів євро, що на 5% більше порівняно з попереднім роком [6].

Діджитал туризм сприяє розвитку інновацій та стартапів у сфері технологій та послуг. Багато стартапів працюють над створенням нових рішень для туристів, таких як мобільні додатки для бронювання, віртуальні тури, платформи для обміну житлом та інші інноваційні продукти. За даними Crunchbase, у 2020 році інвестиції в стартапи у сфері туризму склали близько 2.5 мільярда доларів США, що свідчить про великий потенціал для подальшого розвитку [7].

Впровадження цифрових технологій у туристичну індустрію сприяє підвищенню якості послуг, що надаються туристам. Сучасні інструменти для аналізу даних, персоналізації пропозицій та автоматизації процесів дозволяють компаніям краще розуміти потреби клієнтів та надавати їм індивідуально підібрані послуги. Це призводить до зростання рівня задоволеності клієнтів та підвищення їхньої лояльності до бренду [8].

Цифрові технології допомагають туристичним компаніям зменшувати витрати на операційну діяльність, автоматизуючи рутинні процеси та оптимізуючи управління ресурсами. Використання онлайн-платформ для бронювання, мобільних додатків та аналітичних інструментів дозволяє зменшити витрати на персонал, маркетинг та інші операційні витрати. За оцінками Deloitte, впровадження цифрових рішень може зменшити операційні витрати туристичних компаній на 10-15% [9].

Використання цифрових технологій сприяє підвищенню прозорості та безпеки у туристичній індустрії. Онлайн-платформи для бронювання, такі як



Booking.com та Airbnb, надають користувачам доступ до відгуків інших туристів, що дозволяє приймати обґрунтовані рішення під час вибору послуг. Крім того, впровадження технологій блокчейн та кібербезпеки забезпечує захист особистих даних туристів та запобігає несанкціонованому доступу до інформації [10].

Діджитал туризм має значний вплив на глобальну економіку, сприяючи зростанню ВВП та розвитку міжнародної торгівлі. Згідно з даними WTTC, у 2019 році вклад туристичної індустрії у глобальний ВВП склав близько 8.9 трильйона доларів США, що становить 10.3% від загального ВВП світу. Впровадження цифрових технологій сприяє подальшому зростанню цього показника завдяки збільшенню кількості міжнародних туристів та підвищенню ефективності туристичних компаній [11].

Діджитал туризм також сприяє сталому розвитку, допомагаючи зменшити негативний вплив туризму на навколишнє середовище. Використання електронних квитків, оптимізація маршрутів та впровадження екологічно чистих видів транспорту допомагають знизити викиди вуглекислого газу та інші негативні наслідки туризму. За даними Міжнародної організації цивільної авіації (ICAO), впровадження цифрових технологій у авіаційній індустрії дозволяє зменшити викиди CO<sub>2</sub> на 2-3% щорічно [12].

Діджитал туризм надає можливості для розвитку малих та середніх підприємств (МСП), забезпечуючи їм доступ до глобальних ринків та нових клієнтів. Онлайн-платформи для бронювання, соціальні мережі та інші цифрові інструменти дозволяють МСП просувати свої послуги та конкурувати з великими гравцями на ринку. За даними Міжнародної фінансової корпорації (IFC), діджитал туризм сприяє зростанню доходів МСП на 15-20% щорічно [13].

## **Висновки до розділу 2**

Діджитал туризм відіграє вирішальну роль у сучасній туристичній індустрії, забезпечуючи доступ до широкого спектру інформаційних та технологічних ресурсів, що сприяють покращенню якості обслуговування та зростанню

економічних показників. Інфраструктура діджитал туризму охоплює готельну та транспортну інфраструктуру, платформи для бронювання, системи управління подорожами, а також інноваційні технології, такі як віртуальна та доповнена реальності, штучний інтелект та інтернет речей. Ці компоненти забезпечують туристам зручність, доступність та безпеку під час подорожей, а також підвищують продуктивність і ефективність туристичних компаній.

Розвиток соціальних мереж та онлайн-платформ значно впливає на діджитал туризм, надаючи можливості для ефективного маркетингу, комунікації з клієнтами, отримання зворотного зв'язку та обміну досвідом. Соціальні мережі, такі як просування туристичних послуг, залучення нових клієнтів та підтримки зв'язку з існуючими клієнтами. Онлайн-платформи для бронювання, такі як Booking.com, Airbnb та Expedia, забезпечують широкий вибір послуг та можливість порівняння цін, що робить процес планування подорожей більш зручним та доступним для туристів.

Економічний вплив діджитал туризму є значним і охоплює різні аспекти, включаючи зростання доходів від туризму, розширення ринків, розвиток суміжних галузей, підвищення продуктивності та створення нових робочих місць. Впровадження цифрових технологій сприяє зростанню кількості міжнародних туристів, підвищенню ефективності туристичних компаній та збільшенню доходів від туристичних послуг. Крім того, діджитал туризм сприяє підтримці місцевих економік, розвитку інновацій та стартапів, підвищенню якості послуг та зменшенню операційних витрат.

Використання великих даних та аналітичних інструментів дозволяє туристичним компаніям краще розуміти потреби клієнтів, створювати персоналізовані пропозиції та оптимізувати свої маркетингові стратегії. Це сприяє підвищенню рівня задоволеності клієнтів та їхньої лояльності до бренду. Інноваційні технології, такі як віртуальна та доповнена реальності, дозволяють

туристам отримувати нові враження та додаткову інформацію про туристичні об'єкти, що підвищує привабливість туристичних послуг.

Діджитал туризм також сприяє сталому розвитку, допомагаючи зменшити негативний вплив туризму на навколишнє середовище. Використання електронних квитків, оптимізація маршрутів та впровадження екологічно чистих видів транспорту дозволяють знизити викиди вуглекислого газу та інші негативні наслідки туризму. Це важливий аспект розвитку туристичної індустрії, який сприяє збереженню природних ресурсів та покращенню екологічної ситуації.

Соціальні мережі та онлайн-платформи також відіграють важливу роль у створенні активних спільнот навколо туристичних брендів та напрямків. Користувачі можуть об'єднуватися в групи за інтересами, ділитися досвідом та рекомендаціями, організовувати спільні подорожі, що створює додаткову цінність для туристів та сприяє розвитку лояльності до бренду. Туристичні компанії можуть активно взаємодіяти зі спільнотами, проводити конкурси, опитування та інші заходи, що підвищують рівень залученості користувачів.

Підсумовуючи, діджитал туризм є важливим трендом сучасності, який активно змінює традиційні підходи до організації та проведення подорожей. Використання цифрових технологій сприяє покращенню якості туристичних послуг, підвищенню рівня задоволеності клієнтів та розвитку туристичної індустрії загалом. Діджитал туризм має великий потенціал для подальшого розвитку, відкриваючи нові можливості для туристів та підприємств у всьому світі.

## **РОЗДІЛ 3**

### **ПЕРСПЕКТИВИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ДІДЖИТАЛ ТУРИЗМУ**

#### **3.1. Перспективи розвитку діджитал туризму в Україні та світі**

Перспективи розвитку діджитал туризму в Україні та світі є надзвичайно сприятливими завдяки швидкому поширенню цифрових технологій і зростаючій потребі у більш зручних і персоналізованих послугах для туристів. З урахуванням поточних тенденцій та інновацій, можна виділити кілька ключових напрямків, які визначатимуть майбутнє діджитал туризму.

В Україні діджитал туризм має значний потенціал для розвитку завдяки активному впровадженню інноваційних технологій та зростанню інтересу до країни як туристичного напрямку. Одним з ключових чинників, що сприятиме цьому розвитку, є поширення високошвидкісного інтернету та збільшення доступності мобільних пристроїв серед населення. За даними Державної служби статистики України, станом на 2023 рік, інтернет-проникнення в Україні досягло 75%, що створює сприятливі умови для розвитку діджитал туризму. Зростаюча кількість українських туристичних компаній використовує мобільні додатки, онлайн-платформи для бронювання та соціальні мережі для просування своїх послуг і залучення клієнтів.

Перспективи розвитку діджитал туризму у світі також є багатообіцяючими. Згідно з прогнозами Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), до 2030 року кількість міжнародних туристичних прибутків може досягти 1.8 мільярда, що сприятиме зростанню попиту на цифрові послуги у сфері туризму. Впровадження нових технологій, таких як штучний інтелект, великі дані, віртуальна та доповнена реальності, сприятиме покращенню якості туристичних послуг, підвищенню рівня задоволеності клієнтів та оптимізації операційних процесів туристичних компаній.

Штучний інтелект (AI) стане важливим інструментом для персоналізації туристичних послуг. Використання AI дозволить туристичним компаніям аналізувати великі обсяги даних про поведінку та вподобання клієнтів, створювати персоналізовані рекомендації та пропозиції, а також автоматизувати багато рутинних процесів. Наприклад, чат-боти на основі AI зможуть надавати туристам

цілодобову підтримку, відповідати на запитання, допомагати з бронюванням та вирішувати проблеми в режимі реального часу.

Віртуальна реальність (VR) і доповнена реальність (AR) також матимуть значний вплив на розвиток діджитал туризму. Віртуальні тури дозволять туристам попередньо ознайомитися з місцями, які вони планують відвідати, що сприятиме кращому плануванню подорожей та підвищенню рівня задоволеності клієнтів. Доповнена реальність, у свою чергу, надасть туристам додаткову інформацію про об'єкти та маршрути під час реальних подорожей, створюючи більш інтерактивний та насичений досвід.

Онлайн-платформи для бронювання, такі як Booking.com, Airbnb, Expedia, продовжуватимуть розширювати свій вплив на туристичну індустрію, надаючи користувачам зручний доступ до широкого спектра послуг. Інноваційні рішення, такі як блокчейн, можуть забезпечити прозорість та безпеку транзакцій, що є важливим для збереження довіри клієнтів. Наприклад, блокчейн може використовуватися для управління ланцюгами постачання, бронювання та забезпечення автентичності відгуків і рейтингів.

Зростаюча увага до сталого розвитку також сприятиме розвитку діджитал туризму. Використання екологічно чистих видів транспорту, оптимізація маршрутів та впровадження електронних квитків допоможуть зменшити негативний вплив туризму на навколишнє середовище. Це важливий аспект, який дедалі більше враховують туристичні компанії та споживачі при плануванні подорожей.

У контексті пандемії COVID-19 цифрові технології стали ще більш важливими для туристичної індустрії. Онлайн-платформи для бронювання, віртуальні тури та мобільні додатки дозволяють туристам продовжувати планувати та здійснювати подорожі, дотримуючись при цьому заходів безпеки та соціальної дистанції. Після пандемії ці технології залишатимуться важливими інструментами для забезпечення безпеки та зручності туристів.

Перспективи розвитку діджитал туризму в Україні та світі є надзвичайно сприятливими завдяки швидкому поширенню цифрових технологій та зростаючій

потребі у більш зручних, персоналізованих та безпечних послугах для туристів. Використання новітніх технологій, таких як штучний інтелект, великі дані, віртуальна та доповнена реальності, блокчейн, сприятиме подальшому зростанню та розвитку туристичної індустрії. Туристичні компанії, які активно впроваджують ці технології, матимуть конкурентну перевагу та зможуть забезпечити високий рівень задоволеності клієнтів.

### 3.2. Стратегії покращення діджитал туризму

Покращення діджитал туризму потребує комплексного підходу, що включає впровадження новітніх технологій, оптимізацію процесів, підвищення якості обслуговування та розвиток людських ресурсів. У цьому підрозділі ми розглянемо основні стратегії, які можуть сприяти подальшому розвитку та вдосконаленню діджитал туризму.

Використання передових технологій є ключовим елементом у покращенні діджитал туризму. Штучний інтелект (AI) може використовуватися для персоналізації туристичних послуг, аналізу поведінки клієнтів та створення індивідуальних пропозицій. Наприклад, AI може автоматично аналізувати великі обсяги даних про попередні бронювання та вподобання клієнтів, щоб рекомендувати найкращі варіанти подорожей та послуг. Крім того, AI може використовуватися для розробки чат-ботів, які надають туристам цілодобову підтримку, відповідають на запитання та допомагають з бронюванням.

Віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR) можуть значно покращити туристичний досвід. Віртуальні тури дозволяють туристам попередньо ознайомитися з місцями, які вони планують відвідати, що допомагає краще планувати подорожі. Доповнена реальність може надавати додаткову інформацію про об'єкти та маршрути під час реальних подорожей, створюючи більш інтерактивний та насичений досвід.

Оптимізація процесів є важливим кроком до підвищення ефективності туристичних компаній. Використання автоматизованих систем управління подорожами дозволяє зменшити час та зусилля, необхідні для організації подорожей, та підвищити продуктивність. Наприклад, автоматизовані системи бронювання можуть обробляти запити клієнтів у режимі реального часу, забезпечуючи швидке та точне бронювання квитків, готелів та інших послуг.

Аналітичні інструменти та великі дані (Big Data) можуть допомогти туристичним компаніям краще розуміти потреби клієнтів, виявляти тенденції та розробляти ефективні маркетингові стратегії. Аналіз даних про поведінку клієнтів, їхні вподобання та зворотний зв'язок дозволяє компаніям адаптувати свої послуги відповідно до потреб ринку.

Підвищення якості обслуговування є ключовим чинником успіху у сфері діджитал туризму. Туристичні компанії повинні забезпечувати високий рівень сервісу на всіх етапах подорожі, від першого контакту з клієнтом до післяподорожної підтримки. Важливим аспектом є забезпечення доступності інформації та зручності користування цифровими інструментами. Наприклад, мобільні додатки та веб-сайти повинні бути інтуїтивно зрозумілими, швидкими та функціональними, щоб користувачі могли легко знайти та забронювати необхідні послуги.

Навчання та розвиток персоналу також є важливим аспектом підвищення якості обслуговування. Туристичні компанії повинні інвестувати у навчання своїх співробітників, забезпечуючи їх знаннями та навичками, необхідними для роботи з новітніми технологіями та ефективного обслуговування клієнтів. Це включає тренінги з використання цифрових інструментів, комунікаційні навички, а також знання про туристичні напрямки та послуги.

Розширення цифрової присутності є важливим кроком для залучення нових клієнтів та підвищення впізнаваності бренду. Туристичні компанії повинні активно використовувати соціальні мережі, онлайн-платформи та інші цифрові канали для просування своїх послуг та взаємодії з клієнтами. Соціальні мережі, такі як

Facebook, Instagram, Twitter та YouTube, є потужними інструментами для маркетингу, дозволяючи компаніям досягати широкої аудиторії, створювати персоналізовані рекламні кампанії та аналізувати ефективність своїх маркетингових зусиль.

Онлайн-платформи для бронювання, такі як Booking.com, Airbnb, Expedia та інші, надають туристичним компаніям можливість розширювати свій ринок, залучаючи клієнтів з усього світу. Використання цих платформ дозволяє компаніям пропонувати свої послуги великій кількості потенційних клієнтів, що сприяє зростанню доходів та підвищенню конкурентоспроможності.

Туристичні компанії повинні постійно шукати нові можливості для інновацій та адаптації до змін у середовищі. Це включає впровадження нових технологій, розробку нових продуктів та послуг, а також адаптацію до змін у поведінці клієнтів та ринкових умовах. Наприклад, під час пандемії COVID-19 багато туристичних компаній впровадили нові рішення, такі як віртуальні тури, безконтактне обслуговування та гнучкі умови бронювання, щоб забезпечити безпеку та зручність для клієнтів.

Сталий розвиток також є важливим аспектом інновацій у сфері діджитал туризму. Туристичні компанії повинні активно працювати над зменшенням свого впливу на навколишнє середовище, використовуючи екологічно чисті види транспорту, оптимізуючи маршрути та впроваджуючи інші екологічні практики. Це не тільки сприяє збереженню природних ресурсів, але й підвищує привабливість компаній для екологічно свідомих клієнтів.

Співпраця та партнерство є важливими стратегіями для розвитку діджитал туризму. Туристичні компанії можуть співпрацювати з технологічними стартапами, платформами для бронювання, місцевими підприємствами та іншими учасниками туристичної екосистеми для створення нових продуктів та послуг, обміну знаннями та ресурсами. Такі партнерства можуть сприяти розвитку інновацій, підвищенню якості послуг та розширенню ринків.



Співпраця з місцевими громадами та підприємствами також є важливою для створення автентичного та унікального туристичного досвіду. Туристичні компанії можуть працювати з місцевими гідами, ресторанами, ремісниками та іншими підприємцями для створення турів та заходів, що відображають культуру та традиції регіону, що підвищує привабливість туристичного напрямку.

Покращення діджитал туризму вимагає комплексного підходу, що включає впровадження новітніх технологій, оптимізацію процесів, підвищення якості обслуговування, розширення цифрової присутності, інновації та адаптацію до нових реалій, а також співпрацю та партнерство. Ці стратегії сприятимуть подальшому розвитку туристичної індустрії, забезпечуючи високий рівень задоволеності клієнтів та конкурентоспроможність на глобальному ринку. Туристичні компанії, які активно впроваджують ці стратегії, матимуть можливість скористатися всіма перевагами діджитал туризму та забезпечити стале зростання у майбутньому.

### 3.3. Рекомендації для підприємств та державних установ щодо впровадження діджитал туризму

Впровадження діджитал туризму є важливим кроком для підвищення конкурентоспроможності туристичної індустрії, покращення якості обслуговування та забезпечення сталого розвитку. Для досягнення цих цілей підприємства та державні установи повинні співпрацювати та впроваджувати ефективні стратегії, спрямовані на розвиток діджитал туризму.

Перш за все, підприємствам необхідно активно впроваджувати новітні технології для покращення своїх послуг. Це включає використання штучного інтелекту для аналізу даних про поведінку клієнтів та створення персоналізованих рекомендацій, впровадження мобільних додатків для зручного бронювання та управління подорожами, а також використання віртуальної та доповненої реальності для створення інтерактивного туристичного досвіду. Наприклад,

мобільні додатки можуть надавати туристам інформацію про маршрути, пам'ятки та ресторани, що робить подорожі більш зручними та цікавими.

Державним установам слід розробляти та впроваджувати політики, що сприяють розвитку діджитал туризму. Це може включати стимулювання інвестицій у цифрову інфраструктуру, підтримку інноваційних стартапів та сприяння розвитку малих та середніх підприємств у сфері туризму. Крім того, державні установи можуть надавати гранти та субсидії для підприємств, які впроваджують екологічно чисті технології та практики, що сприяють сталому розвитку. Важливою частиною цієї роботи є також забезпечення доступу до високошвидкісного інтернету в туристичних регіонах, що є необхідною умовою для розвитку діджитал туризму.

Підприємствам і державним установам необхідно активно працювати над підвищенням якості обслуговування. Це включає навчання та розвиток персоналу, забезпечення доступності інформації та зручності користування цифровими інструментами. Туристичні компанії повинні інвестувати у навчання своїх співробітників, щоб забезпечити їх знаннями та навичками, необхідними для роботи з новітніми технологіями та ефективного обслуговування клієнтів. Державні установи можуть підтримувати програми навчання та сертифікації для фахівців у сфері діджитал туризму, що сприятиме підвищенню професійного рівня працівників.

Для ефективного розвитку діджитал туризму підприємства повинні активно використовувати соціальні мережі та онлайн-платформи для просування своїх послуг та взаємодії з клієнтами. Соціальні мережі є потужними інструментами для маркетингу, дозволяючи компаніям досягати широкої аудиторії, створювати персоналізовані рекламні кампанії та аналізувати ефективність своїх маркетингових зусиль. Онлайн-платформи для бронювання надають можливість розширювати ринки, залучаючи клієнтів з усього світу, що сприяє зростанню доходів та підвищенню конкурентоспроможності.

Важливим аспектом є також забезпечення безпеки та конфіденційності даних туристів. Підприємства повинні впроваджувати сучасні технології кібербезпеки,

такі як шифрування даних, багатофакторна аутентифікація та моніторинг кіберзагроз, щоб запобігти несанкціонованому доступу до інформації та забезпечити захист особистих даних клієнтів. Державні установи можуть розробляти та впроваджувати нормативно-правові акти, що регулюють питання кібербезпеки та захисту даних у туристичній індустрії, що сприятиме підвищенню довіри клієнтів.

Співпраця та партнерство є важливими для розвитку діджитал туризму. Підприємства можуть співпрацювати з технологічними стартапами, платформами для бронювання, місцевими підприємствами та іншими учасниками туристичної екосистеми для створення нових продуктів та послуг, обміну знаннями та ресурсами. Такі партнерства можуть сприяти розвитку інновацій, підвищенню якості послуг та розширенню ринків. Державні установи можуть підтримувати створення кластерів та інноваційних хабів для стимулювання співпраці та розвитку інновацій у сфері діджитал туризму.

Державні установи також можуть сприяти розвитку діджитал туризму через проведення міжнародних конференцій, виставок та форумів, що дозволяють обмінюватися досвідом та найкращими практиками між учасниками туристичної індустрії з різних країн. Це сприятиме поширенню інновацій та впровадженню нових технологій у сфері туризму, що підвищить її конкурентоспроможність на глобальному рівні.

Підприємства та державні установи повинні активно працювати над впровадженням екологічно стійких практик у діджитал туризмі. Це включає використання екологічно чистих видів транспорту, оптимізацію маршрутів для зменшення викидів вуглекислого газу, впровадження електронних квитків та інших екологічних рішень. Державні установи можуть розробляти та впроваджувати політики, що стимулюють підприємства до впровадження сталих практик, а також надавати фінансову підтримку для реалізації екологічних проектів у сфері туризму.

Узагальнюючи, впровадження діджитал туризму вимагає скоординованих зусиль підприємств та державних установ, спрямованих на розвиток інновацій,

підвищення якості обслуговування, забезпечення безпеки даних, співпрацю та впровадження екологічно стійких практик. Активне впровадження новітніх технологій, розширення цифрової присутності та підтримка інноваційних рішень сприятимуть подальшому розвитку туристичної індустрії, забезпечуючи високий рівень задоволеності клієнтів та конкурентоспроможність на глобальному ринку.

### **Висновки до розділу 3**

У цьому розділі було розглянуто перспективи розвитку діджитал туризму в Україні та світі, а також запропоновано стратегії покращення цього напрямку. Основні перспективи пов'язані з активним впровадженням новітніх технологій, таких як штучний інтелект, великі дані, віртуальна та доповнена реальності, що сприятимуть покращенню якості туристичних послуг, підвищенню задоволеності клієнтів та зростанню доходів туристичних компаній.

Стратегії покращення діджитал туризму включають впровадження новітніх технологій, оптимізацію процесів, підвищення якості обслуговування та розширення цифрової присутності. Важливою складовою успіху є також інновації та адаптація до змін у середовищі, що включає розробку нових продуктів та послуг, використання екологічно чистих технологій та співпрацю з різними учасниками туристичної екосистеми.

Рекомендації для підприємств та державних установ щодо впровадження діджитал туризму охоплюють активне використання цифрових інструментів, підтримку інновацій, забезпечення безпеки даних та співпрацю з місцевими громадами та підприємствами. Державні установи повинні створювати сприятливі умови для розвитку діджитал туризму через стимулювання інвестицій у цифрову інфраструктуру, підтримку малих та середніх підприємств та розробку нормативно-правових актів, що регулюють питання кібербезпеки.

Узагальнюючи, розвиток діджитал туризму має значний потенціал для підвищення конкурентоспроможності туристичної індустрії, забезпечення сталого

розвитку та підвищення рівня задоволеності клієнтів. Використання новітніх технологій, розширення цифрової присутності та підтримка інноваційних рішень сприятимуть подальшому зростанню туристичної індустрії та забезпеченню її успіху на глобальному рівні.

## **ВИСНОВКИ**

Діджитал туризм став невід'ємною частиною сучасної туристичної індустрії, забезпечуючи туристам зручність, доступність та інноваційні можливості для

планування та здійснення подорожей. У цій курсовій роботі ми детально розглянули поняття та сутність діджитал туризму, його історичний розвиток, основні тенденції та тренди, а також економічний вплив та перспективи розвитку в Україні та світі.

Розділ 1 присвячений огляду основних аспектів діджитал туризму. Ми з'ясували, що діджитал туризм базується на використанні інформаційно-комунікаційних технологій, які забезпечують зручність та доступність туристичних послуг. Історія розвитку діджитал туризму демонструє, як технологічні інновації, починаючи з комп'ютерних систем бронювання авіаквитків і до сучасних мобільних додатків, віртуальних турів та аналітичних інструментів, змінювали туристичну індустрію. Основні тенденції, такі як зростання ролі мобільних технологій, розвиток соціальних мереж, використання великих даних та аналітичних інструментів, сприяють покращенню якості обслуговування та підвищенню рівня задоволеності клієнтів.

Розділ 2 аналізує стан та розвиток діджитал туризму в сучасних умовах. Інфраструктура та технології, такі як готельна та транспортна інфраструктура, платформи для бронювання, системи управління подорожами, віртуальна та доповнена реальність, штучний інтелект та інтернет речей, є критично важливими для розвитку діджитал туризму. Соціальні мережі та онлайн-платформи відіграють важливу роль у маркетингу, комунікації з клієнтами, отриманні зворотного зв'язку та обміні досвідом. Економічний вплив діджитал туризму охоплює зростання доходів, розширення ринків, розвиток суміжних галузей, підвищення продуктивності та створення нових робочих місць. Використання великих даних та аналітичних інструментів дозволяє туристичним компаніям краще розуміти потреби клієнтів та адаптувати свої послуги відповідно.

Розділ 3 присвячений перспективам та рекомендаціям щодо розвитку діджитал туризму. Перспективи розвитку діджитал туризму в Україні та світі є надзвичайно сприятливими завдяки активному впровадженню новітніх технологій та зростаючій потребі у більш зручних та персоналізованих послугах. Основні

стратегії покращення діджитал туризму включають впровадження новітніх технологій, оптимізацію процесів, підвищення якості обслуговування та розширення цифрової присутності. Рекомендації для підприємств та державних установ охоплюють активне використання цифрових інструментів, підтримку інновацій, забезпечення безпеки даних та співпрацю з місцевими громадами та підприємствами.

Діджитал туризм має великий потенціал для подальшого розвитку, відкриваючи нові можливості для туристів та підприємств у всьому світі. Використання новітніх технологій, таких як штучний інтелект, великі дані, віртуальна та доповнена реальність, сприятиме подальшому зростанню та розвитку туристичної індустрії. Туристичні компанії, які активно впроваджують ці технології, матимуть конкурентну перевагу та зможуть забезпечити високий рівень задоволеності клієнтів.

Узагальнюючи, діджитал туризм є важливим трендом сучасності, який активно змінює традиційні підходи до організації та проведення подорожей. Він забезпечує значний економічний вплив, сприяє зростанню доходів від туризму, розвитку суміжних галузей, створенню нових робочих місць та підтримці місцевих економік. Використання цифрових технологій сприяє покращенню якості туристичних послуг, підвищенню рівня задоволеності клієнтів та розвитку туристичної індустрії загалом. Розробка та впровадження ефективних стратегій та рекомендацій для підприємств та державних установ забезпечать подальше зростання та розвиток діджитал туризму, сприяючи сталому розвитку та підвищенню конкурентоспроможності на глобальному рівні.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

ндрущенко В. П. Інформаційні технології в туризмі: Підручник. – К.: Видавництво Київського університету, 2019. – 320 с.

- алабанова Л. В. Туризм: стратегічне управління: Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2020. – 276 с.
- ойко М. П., Карпенко В. Г. Цифровий туризм: методологія та практика. – Львів: Видавництво Львівського університету, 2018. – 248 с.
- ерасименко В. Г. Розвиток інтернет-технологій у сфері туризму: Навч. посіб. – К.: КНТЕУ, 2019. – 184 с.
- ончарова Н. В. Цифрові технології в туризмі: сучасні тенденції та перспективи: Монографія. – Одеса: Видавництво Одеського університету, 2020. – 312 с.
- аниленко В. В. Туристичний бізнес у цифровому середовищі: Навч. посіб. – Дніпро: Вид-во ДНУ, 2019. – 224 с.
- еркач М. І. Електронний туризм: теорія та практика: Підручник. – К.: Видавництво КНЕУ, 2018. – 336 с.
- убова Ю. В. Інформаційні системи та технології в туризмі: Навч. посіб. – Харків: Видавництво ХНУ, 2020. – 296 с.
- уравель В. М. Цифровий маркетинг у туризмі: Навч. посіб. – К.: Видавничий дім «Кондор», 2019. – 220 с.
- авгородній В. А. Управління туристичними потоками за допомогою цифрових технологій: Монографія. – Львів: Видавництво «Прометей», 2019. – 280 с.
- ванова Н. М. Цифрові інновації в туристичній індустрії: Навч. посіб. – Одеса: Вид-во ОНУ, 2019. – 240 с.
- овальчук О. М. Цифровий туризм: методологічні підходи та практичні аспекти: Монографія. – Харків: Вид-во ХНУРЕ, 2020. – 328 с.
- озаченко Г. В. Інформаційні технології в готельно-ресторанному бізнесі: Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2018. – 256 с.
- ондратенко О. П. Цифрові платформи для розвитку туризму: Навч. посіб. – Дніпро: Вид-во ДДУ, 2019. – 272 с.



- орнієнко О. А. Інтернет-маркетинг у туризмі: Навч. посіб. – К.: Видавничий дім «Кондор», 2020. – 288 с.
- остюк В. В. Цифрові технології в управлінні туристичними підприємствами: Монографія. – Львів: Вид-во ЛНУ, 2019. – 320 с.
- узьменко Л. В. Інформаційні системи в туризмі: Навч. посіб. – Харків: Вид-во ХНУ, 2018. – 272 с.
- итвиненко М. О. Розвиток цифрових технологій у сфері туризму: Монографія. – Одеса: Вид-во ОНУ, 2019. – 304 с.
- озова Т. М. Електронний туризм: теоретичні та практичні аспекти: Підручник. – К.: Вид-во КНТЕУ, 2020. – 344 с.
- ельник І. А. Цифровий туризм та його економічний вплив: Навч. посіб. – Дніпро: Вид-во ДНУ, 2019. – 280 с.
- аконечний О. В. Управління туристичними послугами за допомогою цифрових технологій: Монографія. – Львів: Вид-во ЛНУ, 2018. – 336 с.
- рловська О. М. Цифрові рішення для розвитку туризму: Навч. посіб. – Одеса: Вид-во ОНУ, 2020. – 312 с.
- авленко Т. В. Інноваційні технології в туризмі: Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2019. – 264 с.
- алієнко О. В. Цифровий маркетинг у туристичній індустрії: Навч. посіб. – Харків: Вид-во ХНУРЕ, 2020. – 280 с.
- етров В. С. Електронні платформи для управління туристичними послугами: Монографія. – Львів: Вид-во «Прометей», 2019. – 296 с.
- олякова Л. В. Цифрові технології в туризмі: Навч. посіб. – Дніпро: Вид-во ДДУ, 2019. – 256 с.
- опова І. В. Цифрові інструменти для розвитку туризму: Монографія. – К.: Вид-во КНТЕУ, 2020. – 328 с.
- ушкаренко О. М. Інтернет-технології в туристичній діяльності: Навч. посіб. – Одеса: Вид-во ОНУ, 2018. – 272 с.

оманенко В. Г. Цифровий туризм: методи та засоби: Підручник. – К.: Вид-во КНЕУ, 2019. – 320 с.

авченко Т. В. Інформаційні системи та технології в туристичному бізнесі: Навч. посіб. – Харків: Вид-во ХНУ, 2020. – 280 с.

еменова О. В. Цифрові платформи для розвитку туристичних послуг: Монографія. – Львів: Вид-во ЛНУ, 2019. – 312 с.

идоренко Н. В. Електронний туризм: теорія та практика: Навч. посіб. – Дніпро: Вид-во ДНУ, 2019. – 256 с.

ологуб М. О. Розвиток цифрових технологій у сфері туризму: Навч. посіб. – Одеса: Вид-во ОНУ, 2020. – 296 с.

орока І. В. Інформаційні технології в туризмі: Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2018. – 248 с.

тишов В. В. Управління туристичними потоками за допомогою цифрових технологій: Навч. посіб. – Львів: Вид-во ЛНУ, 2019. – 280 с.

упруненко Л. В. Цифровий маркетинг у туризмі: Навч. посіб. – К.: Вид-во КНЕУ, 2020. – 288 с.

имченко В. С. Інформаційні системи та технології в туризмі: Навч. посіб. – Харків: Вид-во ХНУРЕ, 2018. – 272 с.

каченко Н. В. Цифрові інновації в туристичній індустрії: Монографія. – Львів: Вид-во «Прометей», 2019. – 320 с.

лянова О. М. Цифрові технології в туризмі: Навч. посіб. – Одеса: Вид-во ОНУ, 2020. – 304 с.

едоренко І. А. Електронний туризм: теоретичні та практичні аспекти: Навч. посіб. – Дніпро: Вид-во ДДУ, 2019. – 344 с.

арченко В. О. Інформаційні системи в туризмі: Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2018. – 264 с.

ибулько Н. В. Цифрові технології в управлінні туристичними підприємствами: Навч. посіб. – Харків: Вид-во ХНУ, 2020. – 328 с.

евченко Т. М. Інноваційні технології в туризмі: Навч. посіб. – К.: Вид-во КНТЕУ, 2019. – 280 с.

пак В. П. Цифровий туризм: теорія та практика: Навч. посіб. – Львів: Вид-во ЛНУ, 2019. – 320 с.

ковенко О. В. Розвиток цифрових технологій у сфері туризму: Навч. посіб. – Одеса: Вид-во ОНУ, 2018. – 304 с.

## РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну роботу

«Діджитал туризм: напрями та перспективи розвитку»

для здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр»

студента спеціальності 242 «Туризм і рекреація

Фортуни Ірини

(ППІ студента)

**Рецензент:** Передерко Віталій Петрович, к.і.н, начальник відділу

туризму Управління міжнародного співробітництва, євроінтеграції,

туризму та інвестицій Івано-Франківської облдержадміністрації

(науковий ступінь, вчене звання, посада, ППІ рецензента)

Зміст кваліфікаційної роботи послідовний та логічний з аргументованими фактами. Однак, вважаю що тема не розкрита повністю, адже в дослідженні є багато теоретичного матеріалу. Немає наведених прикладів релігійних місць, які можна розвивати для ефективного використання. Також немає проаналізованих релігійних місць Івано-Франківській області, оскільки саме тут є розташовані видатні святині області та всієї України. Загалом кваліфікаційна робота студентки Аміни Віталіївни заслуговує оцінки «задовільно»

начальник відділу туризму  
Управління міжнародного співробітництва,  
євроінтеграції, туризму та інвестицій  
Івано-Франківської ОДА

Передерко В.П. Віталій ПЕРЕДЕРКО

«04» червня 2024 р.

**Відгук**  
на кваліфікаційну роботу  
**«Діджитал туризм: напрями та перспективи розвитку»**  
для здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр»  
студента спеціальності 242 «Туризм і рекреація»

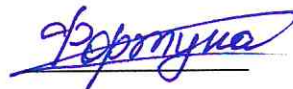
Фортуни Ірини

(ППП студента)

Об'єктом дослідження є діджитал туризм. Предметом – перспектива використання діджитал туризму в Україні. Теоретико-методологічна основа дослідження базується на напрацюваннях вчених по даному питанню, проте не описано сучасний стан розвитку релігійного туризму в Україні. Аналіз поставлених завдань не достатній.

Матеріали роботи викладені у науковому стилі, доступною мовою, однак в дослідженні є багато загальної, теоретичної інформації. Оформлення кваліфікаційної роботи частково відповідає вимогам, що поставлені перед кваліфікаційною роботою. Важливим в дослідженні є вивчення вже існуючих джерел інформації та їх опрацювання, що студентці далось важко та не в повній мірі, список використаних джерел складається з 20 позицій, що є недостатнім для того, щоб в повній мірі проаналізувати дану проблематику. Календарний план виконання роботи виконано вчасно. В підсумку кваліфікаційна робота студентки допущена до захисту.

Студент



Ірина ФОРТУНА

Науковий керівник



«03» червня 2024 р.



## метадані

Заголовок

Діджитал туризм: напрями та перспективи розвитку

Автор

Фортуна Ірина Науковий керівник / Експерт

підрозділ

King Danylo University

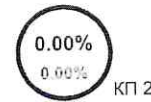
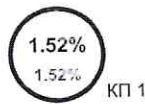
## Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про **МОЖЛИВІ** маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв	ⓑ	0
Інтервали	A→	0
Мікропробіли	␣	0
Білі знаки	ⓑ	0
Парафрази (SmartMarks)	a	6

## Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.



25

Джерел, у яких знайдено подібності: 25

11410

Кількість слів

91980

Всього знайдено

## Подібності за списком джерел

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Копію тексту означає в якому джерелі він був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

### 10 найдовших фраз

Порядковий номер	Назва та адреса джерела (URL (назва бази))	Копія тексту	Кількість ідентичних слів (всуперечити)	Подібність
1	<a href="https://prepod24.ru/readyworks/184772/">https://prepod24.ru/readyworks/184772/</a>		15	0.13 %
2	<a href="https://prepod24.ru/readyworks/184772/">https://prepod24.ru/readyworks/184772/</a>		12	0.11 %
3	<a href="https://www.myuniversity.ru/%D0%9B%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D0%97%D0%B1%D1%83%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9%D0%BF%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B0%D0%BB%D0%BF%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BC%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B0%D0%B5%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%8C%D0%B9%D0%BE%D0%B3%D0%BE/120462_1986671%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B6%D1%86%D0%B01.html">https://www.myuniversity.ru/%D0%9B%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D0%97%D0%B1%D1%83%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9%D0%BF%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B0%D0%BB%D0%BF%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BC%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B0%D0%B5%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%8C%D0%B9%D0%BE%D0%B3%D0%BE/120462_1986671%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B6%D1%86%D0%B01.html</a>		12	0.11 %

4	РОЗРОБКА АЙДЕНТИКИ ДЛЯ СТУДІЇ КАСТОМІЗОВАНОГО ОДЯГУ 5/24/2023 King Danylo University (King Danylo University)	10	0.09 %
5	МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО У СФЕРІ ТУРИЗМУ 6/26/2023 Lesya Ukrainka Volyn National University (Кафедра туризму та готельного господарства)	9	0.08 %
6	Діну М.Є..pdf 5/14/2024 Odessa National Economic University (Odessa National Economic University)	9	0.08 %
7	Соцмережі як сучасний спосіб рекламування продукту поштового бізнесу на прикладі "Укрпошти" та "Нової пошти": порівняльний аналіз 6/12/2023 The Ivan Franko National University (Факультет журналістики)	8	0.07 %
8	Кваліфікаційна робота бакалавра Пекар Христини.pdf 5/29/2023 Uzhhorod National University (Department)	8	0.07 %
9	СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ РЕКЛАМНОЇ ТА PR-ДІЯЛЬНОСТІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ 5/24/2023 State University of Telecommunications (ННІМП)	8	0.07 %
10	pssk_2024_soldatenko_varava 5/26/2024 V. N. Karazin Kharkiv National University (ККНУ) (Соціологічний факультет - політологія)	7	0.06 %

### з бази даних RefBooks (0.00 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИФИКАЦІЙНИХ СЛІДІВ (ФРАГМЕНТІВ)
------------------	-----------	------------------------------------------------

### з домашньої бази даних (0.09 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИФИКАЦІЙНИХ СЛІДІВ (ФРАГМЕНТІВ)	
1	РОЗРОБКА АЙДЕНТИКИ ДЛЯ СТУДІЇ КАСТОМІЗОВАНОГО ОДЯГУ 5/24/2023 King Danylo University (King Danylo University)	10 (1)	0.09 %

### з програми обміну базами даних (1.10 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИФИКАЦІЙНИХ СЛІДІВ (ФРАГМЕНТІВ)	
1	МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО У СФЕРІ ТУРИЗМУ 6/26/2023 Lesya Ukrainka Volyn National University (Кафедра туризму та готельного господарства)	41 (7)	0.36 %
2	Соцмережі як сучасний спосіб рекламування продукту поштового бізнесу на прикладі "Укрпошти" та "Нової пошти": порівняльний аналіз 6/12/2023 The Ivan Franko National University (Факультет журналістики)	21 (3)	0.18 %
3	Кваліфікаційна робота бакалавра Пекар Христини.pdf 5/29/2023 Uzhhorod National University (Department)	15 (2)	0.13 %
4	СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ РЕКЛАМНОЇ ТА PR-ДІЯЛЬНОСТІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ 5/24/2023 State University of Telecommunications (ННІМП)	15 (2)	0.13 %

5	pssk_2024_soldatenko_varava 5/26/2024 V. N. Karazin Kharkiv National University (KКNU) (Соціологічний факультет - політологія)	14 (2)	0.12 %
6	Аммар Сапожніков. ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.docx 12/4/2023 Uzhhorod National University (UzhNU)	10 (2)	0.09 %
7	Діну М.Є..pdf 5/14/2024 Odessa National Economic University (Odessa National Economic University)	9 (1)	0.08 %

### з Інтернету (0.34 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ДЖЕРЕЛО URL	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИФІКАЦІЙНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)	
1	<a href="https://prepod24.ru/readyworks/184772/">https://prepod24.ru/readyworks/184772/</a>	27 (2)	0.24 %
2	<a href="https://www.myuniversity.ru/%D0%9B%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D0%97%D0%B1%D1%83%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D0%BF%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B0%D0%BB_%D0%BF%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BC%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B0_%D0%B5%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%8C_%D0%B9%D0%BE%D0%B3%D0%BE/120462_1986671%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%86%D0%B01.html">https://www.myuniversity.ru/%D0%9B%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D0%97%D0%B1%D1%83%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D0%BF%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B0%D0%BB_%D0%BF%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BC%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B0_%D0%B5%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%8C_%D0%B9%D0%BE%D0%B3%D0%BE/120462_1986671%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%86%D0%B01.html</a>	12 (1)	0.11 %

### Список принятых фрагментів (немає принятих фрагментів)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗМІСТ	КІЛЬКІСТЬ ОДИНОКОВИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
	ФОРТУНА ІРИНА 242 ТУРИЗМ І РЕКРЕАЦІЯ	
	ЗМІСТ	
	ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ	
	ВСТУП	
	РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДІДЖИТАЛ ТУРИЗМУ	
	1.1. Поняття та сутність діджитал туризму	
	1.2. Історія розвитку діджитал туризму	
	1.3. Основні тенденції та тренди в діджитал туризмі	
	<u>Висновки до розділу 1 РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ТА РОЗВИТОК ДІДЖИТАЛ ТУРИЗМУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ</u>	
	<u>2.1. Ресурсне забезпечення діджитал туризму</u>	
	2.2. Інфраструктура та технології діджитал туризму	
	2.3. Роль соціальних мереж та онлайн-платформ у розвитку діджитал туризму	
	2.4. Економічний вплив діджитал туризму <u>Висновки до розділу 2 РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ДІДЖИТАЛ ТУРИЗМУ</u>	
	3.1. Перспективи розвитку діджитал туризму в Україні та світі	
	3.2. Стратегії покращення діджитал туризму	
	3.3. Рекомендації для підприємств та державних установ щодо впровадження діджитал туризму	
	<u>Висновки до розділу 3</u>	
	ВИСНОВКИ	
	СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	
	ДОДАТКИ	
	ВСТУП	

Актуальність теми. У сучасному світі технології відіграють вирішальну роль у всіх сферах життя, включаючи туризм. Виникнення та швидкий розвиток діджитал туризму є яскравим прикладом того, як цифрові технології змінюють традиційні галузі. Діджитал туризм стає