

УДК 338.48(481)

Лисенко Є.А.¹, Безхлібна А.П.²

¹ студент, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

² д-р. екон. наук, професор, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ В СФЕРІ МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Туристична індустрія 2020-х років швидко трансформується під впливом цифрових технологій, змін у поведінці споживачів, зростання вимог до сталого розвитку та необхідності підвищення стійкості до криз (пандемія, війна, економічні шоки). У цьому міні-науковому рефераті описано ключові сучасні рішення в менеджменті туристичного бізнесу, їхній ефект, реальні приклади застосування в Україні й світі та рекомендації для практиків.

Цифрова трансформація включає автоматизацію продажів і бронювань, інтегровані CRM-системи для персоналізації, омніканальні стратегії (веб, мобільні додатки, OTA) та аналітику поведінки клієнтів. Дослідження показують, що цифрові рішення підвищують ефективність операцій і дають змогу швидко адаптуватися до попиту. У корпоративному сегменті готелі й DMO (destination management organizations) застосовують CRM + аналітику для сегментації, ремаркетингу й підвищення лояльності.

Наприклад, дослідження з цифровізації туристичного бізнесу в Україні вказує на поступове впровадження онлайн-бронювання, електронної взаємодії з клієнтами та потребу в єдиних платформах для малих підприємств. Це особливо актуально в умовах відновлення після руйнувань культурної інфраструктури.

AI і машинне навчання дозволяють аналізувати великі масиви даних

(попит, конкуруючі тарифи, події, погодні умови) і автоматично встановлювати ціни в реальному часі. Результат – підвищення RevPAR (дохід на доступний номер), кращі прогнозування попиту та оптимізація наповнення. Великі готельні групи впроваджують RMS/AI-рішення у партнерстві з постачальниками (наприклад, Accor – IDeaS), що документовано в корпоративних звітах і галузевих оглядах. Accor імплементував централізовані RMS-рішення (IDeaS) для частини своїх готелів, що демонструє типову стратегію масштабного впровадження revenue-технологій.

Смарт-туризм поєднує дані (IoT-сензори, мобільну телеметрію), інтегровані сервіси (інформаційні кіоски, цифрові маршрути), системи управління потоком туристів та адаптивну інфраструктуру (транспорт, парковки). Ця модель допомагає зменшувати перевантаження, покращувати доступність та підвищувати якість сервісу.

У збірнику кращих практик «European Capital of Smart Tourism» описані ініціативи Львова 2023 року: проекти «Hospitality Without Barriers», тренінги для працівників індустрії та рекомендації з доступності – приклад інтегрованого підходу до підвищення якості сервісу та інклюзивності дестинації.

Сталий туризм – не лише етика, а бізнес-стратегія: сертифікація, зелена інфраструктура, співпраця з місцевими громадами й економічна диверсифікація. Платформи та конкурси (Green Destinations) популяризують проекти, які поєднують збереження природи й економічні вигоди для регіонів. В Україні екотуризм розглядають як один із ключових напрямів відродження місцевих економік, особливо у західних регіонах і серед карпатських громад.

Наукові статті підкреслюють потенціал розвитку екотуризму в Україні як чинника сталого розвитку і відновлення після криз (напр., розвиток зеленого туризму в сільських територіях).

Після пандемії й воєнних руйнувань дестинації й бізнеси змушені впроваджувати плани безпеки, диверсифікацію каналів доходу (локальні тури, внутрішній туризм), гнучкі політики бронювання й страхування. Міжнародні

організації оцінюють потребу в інвестиціях для відновлення культурної інфраструктури й рекомендують комбінувати реконструкцію з цифровою модернізацією. Це підкреслює важливість поєднання «м'якої» (маркетинг, співпраця) та «твердої» (відновлення об'єктів) складових відновлення туристичного сектора.

Contactless-технології (мобільні чек-ін/чек-аут, безготівкові платежі), VR/AR-тури для промоції дестинацій і навчання персоналу (наприклад, віртуальні тренінги з обслуговування) – усе це знижує операційні витрати, підвищує безпеку та розширює маркетингові можливості. Дистанційні формати також допомогли підтримувати інтерес до дестинацій під час карантинів і конфліктів.

Сучасний менеджмент туристичного бізнесу – це поєднання цифрових технологій (AI, CRM, RMS, IoT) і принципів сталого розвитку та стійкості. Набір рішень має адаптуватися під місцеві умови: в Україні пріоритетними є цифровізація малого бізнесу, розвиток екотуризму та відновлення культурної інфраструктури. При цьому глобальні кейси (великі мережі, смарт-дестинації) дають практичні шаблони для масштабування рішень.

Список використаних джерел:

1. TOP 100 Sustainable Hotels & Resorts: Luxury Meets Eco-Friendly. Luxury Lifestyle Awards. URL: <https://luxurylifestyleawards.com/news/top-100-sustainable-hotels-resorts-2024> (дата звернення: 10.10.2025).

2. Сталий розвиток у готельному та ресторанному бізнесі: як впровадження екологічних практик змінює індустрію в 2024 році. Київський національний університет культури і мистецтв. URL: <https://fgritb.knukim.edu.ua/home/news/stalyi-rozvytok-u-hotelnomu-ta-restorannomu-biznesi-iak-vprovadzhenia-ekolohichnykh-praktyk-zminiuiie-industriiu-v-2024-rotsi.html>. (дата звернення: 10.10.2025).

3. Безхлібна А. П. Стратегія розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Інноваційний розвиток туризму та готельно-ресторанного

господарства: монографія / колектив авторів; за заг. ред. проф. В.М. Зайцевої. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2024. С. 190 – 201.

4. Безхлібна А. П. Управління конкурентоспроможністю приморських регіонів: теорія, методологія, практика: монографія. Запоріжжя: ФОП Мокшанов, 2023. 396 с.

5. Екологоорієнтовані підходи відновлення техногенно забруднених територій і створення сталих екосистем : колективна монографія ; за заг. ред. Т. О. Чайки. Полтава : Видавництво ПП «Астроя», 2022. 452 с.