

УДК 338.48:659.1

Кравченко М.В.¹, Траченко Л.А.²

¹ студент, Одеський національний морський університет, м. Одеса

² д-р. екон. наук, професор, Одеський національний морський університет, м. Одеса

**ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК ДРАЙВЕР СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ
ТУРИСТИЧНИХ КОМПАНІЙ**

У сучасних умовах глобальної конкуренції, швидких технологічних змін та воєнного стану в Україні туристична галузь стикається з численними викликами. Цифровізація – це не тренд, а етап еволюцій всіх галузей і коректна та швидка адаптація цього напрямку для виживання будь-якого бізнесу. Впровадження цифрових технологій може збільшити прибутки туристичних фірм за рахунок персоналізації послуг та ефективного управління даними. Особливо актуальним це стало після COVID-19, коли онлайн-бронювання та віртуальні тури стали нормою.

Варто зосередити увагу на тому, що в бізнес-середовищі останніх років акцент робиться на трансформаційному впливі цифрових технологій на туризм. Наразі цифровізація включає онлайн-продажі, соціальні медіа та рекламу, що дозволяє швидко реагувати на ринкові зміни. В туристичній індустрії цифрові інструменти сприяють сталому розвитку, зменшуючи паперову документацію та оптимізують логістику [1].

Цифровізація впливає на всі рівні стратегічного управління туристичних компаній. По-перше, на операційному рівні: впровадження CRM-систем (Customer Relationship Management) дозволяє збирати дані про клієнтів, аналізувати їхні уподобання та пропонувати персоналізовані унікалізовані пакети. Наприклад, компанії як TripAdvisor використовують алгоритми машинного навчання для рекомендацій, що підвищує лояльність клієнтів на 25-30%. По-друге, маркетинговий аспект: соціальні мережі та SEO-оптимізація сайтів стають основними каналами залучення аудиторії. Третій аспект – фінансово-економічний: цифровізація знижує витрати на адміністративні процеси, наприклад, через автоматизацію бухгалтерії та інвентаризації. У стратегічному плані це означає перехід від реактивної моделі до проактивної, де дані реального часу допомагають прогнозувати тренди, як-от попит на екотуризм чи wellness-поїздки [2].

Незважаючи на переваги, впровадження цифровізації супроводжується труднощами. Серед них – висока вартість технологій для малих компаній, брак кваліфікованих кадрів та ризики кібербезпеки. В Україні додатково впливають

інфраструктурні проблеми, такі як нерівномірний доступ до інтернету в регіонах. Проаналізувавши ринок, ми дійшли висновку, що лише 3 з 15 туристичних компаній діджиталізовані, на противагу бізнесам з Франції – там вимогам цифровізації відповідає 13 з 15 компаній. Для подолання цього бар'єру також необхідна залученість державних органів і впровадження програми подібної до європейської Horizon Europe – грант, який допомагає бізнесам цифровізувати свою діяльність.

Для стратегічного розвитку рекомендується починати з аудиту поточного рівня цифровізації, інвестувати в хмарні технології та партнерства з IT-компаніями. Також важливо вже зараз починати інтегрувати ІІІ для чат-ботів та чатів віртуальної реальності.

Післявоєнний період може бути важливим ривком для туризму України. Очікується великий наплив іноземців, яким цікаво побачити та відчувати місця, на яких відбувались військові дії. Тому необхідність багатомовних сайти, онлайн чат-ботів – це крайня необхідність. Особливо варто налаштовувати автоматичні повідомлення з застереженнями, якщо туристи збираються відвідати зони потенційної небезпеки, наприклад територія на якій досі можуть перебувати міни, або інші вогне небезпечна зброя. Також хорошим рішенням може послужити запис інформаційних відео з багатомовною озвучкою чи субтитрами, де будуть викладені всі правила перебування в небезпечних зонах. Такі ролики найкраще розміщувати на платформах TikTok або YouTube [3].

Отже, в умовах війни та післявоєнного періоду цифровізація може стати ключовим фактором розвитку туризму, оскільки це може призвести до зросту конкурентоспроможності країни у всьому світі. Цифровізація для України – це шанс на інтеграцію в глобальний туристичний ринок з комплексним та якісним підходом бізнесу та держави.

Список використаних джерел:

1. Шевелюк М. М. Цифровізація у сфері туризму: інноваційні тренди і пріоритетні напрями розвитку. *Питання культурології*. 2021. №38. С. 226–

235. URL: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.38.2021.245956> (дата звернення: 16.10.2025).

2. Champion E. M. Virtual reality adds to tourism through touch, smell and real people's experiences. 2019. URL: <https://theconversation.com/virtual-reality-adds-to-tourism-through-touch-smell-and-real-peoples-experiences-101528> (дата звернення: 16.10.2025).

3. Валінкевич Н., Шестакова А. Цифрова трансформація як конкурентна перевага в індустрії туризму та гостинності. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип.68. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-37> (дата звернення: 16.10.2025).