



Founders: State University of Economics and Technology

ISSN: 3041-1246

E-mail: ete@duet.edu.ua Journal homepage: <https://ete.org.ua>

JEL: F23, O33, Z32

DOI: 10.62911/ete.2026.04.01.14

The impact of digital technologies on the development of international tourism: current trends and prospects

Citation:

Khudaverdiyeva V. (2026). The impact of digital technologies on the development of international tourism: current trends and prospects. Scientific and practical journal "Economics and technical engineering", Vol.4 No.1 (2026), 166–178. <https://doi.org/10.62911/ete.2026.04.01.14>

Viktoriya Khudaverdiyeva
Assoc. Prof, PhD, State biotechnological university (SBTU), Kharkiv, Ukraine
e-mail: wiki75807@gmail.com
 ORCID ID: 0000-0002-0100-5079

Abstract: The purpose of the study is a comprehensive analysis of the impact of digital technologies on the development of international tourism, identification of current trends in the digital transformation of the tourism industry and substantiation of the prospects for its further development. The object of the study is the process of development of international tourism in the context of the digital transformation of the world economy. The subject of the study is the economic, organizational and technological aspects of the impact of digital technologies on the functioning of the international tourism market, the activities of tourism enterprises and the behavior of consumers of tourism services. In the process of the study, the theoretical foundations of the digital transformation of the tourism industry were analyzed. It was established that digital transformation is a complex process of integrating digital technologies into the activities of tourism enterprises, government agencies and tourist destinations. Unlike the digitalization of individual processes, digital transformation involves profound organizational, technological and managerial changes aimed at creating a digital ecosystem of international tourism. The paper examines current global trends in the digitalization of the tourism market. It was determined that the main areas of development are the widespread use of online platforms, mobile applications, digital payment systems, artificial intelligence, big data analytics, cloud technologies, the Internet of Things, blockchain, as well as virtual and augmented reality technologies. The implementation of these technologies ensures the automation of business processes, personalization of tourist services, optimization of tourist flow management and increased efficiency of marketing activities. The practical significance of the study lies in the possibility of using the obtained results by state administration bodies, tourist enterprises, tourism industry institutions and scientific institutions when developing digital development strategies, improving the tourism management system, implementing innovative digital services and increasing the competitiveness of the international tourism product. The proposed recommendations can also be used in the educational process when teaching subjects in international tourism, digital economy and tourism management.

Keywords: digital technologies, tourism business, international tourism market, innovative development, digital transformation, digital economy

Received: 02/06/2026

Accepted: 08/06/2026



JEL: F23, O33, Z32

The impact of digital technologies on the development of international tourism: current trends and prospects

Viktoriya Khudaverdiyeva

Assoc. Prof, PhD, State biotechnological university (SBTU), Kharkiv, Ukraine

e-mail: viki75807@gmail.com

 ORCID ID: 0000-0002-0100-5079

Abstract: The purpose of the study is a comprehensive analysis of the impact of digital technologies on the development of international tourism, identification of current trends in the digital transformation of the tourism industry and substantiation of the prospects for its further development. The object of the study is the process of development of international tourism in the context of the digital transformation of the world economy. The subject of the study is the economic, organizational and technological aspects of the impact of digital technologies on the functioning of the international tourism market, the activities of tourism enterprises and the behavior of consumers of tourism services. In the process of the study, the theoretical foundations of the digital transformation of the tourism industry were analyzed. It was established that digital transformation is a complex process of integrating digital technologies into the activities of tourism enterprises, government agencies and tourist destinations. Unlike the digitalization of individual processes, digital transformation involves profound organizational, technological and managerial changes aimed at creating a digital ecosystem of international tourism. The paper examines current global trends in the digitalization of the tourism market. It was determined that the main areas of development are the widespread use of online platforms, mobile applications, digital payment systems, artificial intelligence, big data analytics, cloud technologies, the Internet of Things, blockchain, as well as virtual and augmented reality technologies. The implementation of these technologies ensures the automation of business processes, personalization of tourist services, optimization of tourist flow management and increased efficiency of marketing activities. The practical significance of the study lies in the possibility of using the obtained results by state administration bodies, tourist enterprises, tourism industry institutions and scientific institutions when developing digital development strategies, improving the tourism management system, implementing innovative digital services and increasing the competitiveness of the international tourism product. The proposed recommendations can also be used in the educational process when teaching subjects in international tourism, digital economy and tourism management.

Keywords: digital technologies, tourism business, international tourism market, innovative development, digital transformation, digital economy

Вплив цифрових технологій на розвиток міжнародного туризму: сучасні тенденції та перспективи

Вікторія Худавердієва

Доцент, к.е.н, Державний біотехнологічний університет, Харків, Україна

e-mail: viki75807@gmail.com

 ORCID ID: 0000-0002-0100-5079

Анотація: Метою дослідження є комплексний аналіз впливу цифрових технологій на розвиток міжнародного туризму, визначення сучасних тенденцій цифрової трансформації туристичної індустрії та обґрунтування перспектив її подальшого розвитку. Об'єктом дослідження є процес розвитку міжнародного туризму в умовах цифрової трансформації світової економіки. Предметом дослідження виступають економічні, організаційні та технологічні аспекти впливу цифрових технологій на функціонування міжнародного туристичного ринку, діяльність

туристичних підприємств і поведінку споживачів туристичних послуг. У процесі дослідження було проаналізовано теоретичні засади цифрової трансформації туристичної індустрії. Встановлено, що цифрова трансформація є комплексним процесом інтеграції цифрових технологій у діяльність туристичних підприємств, органів державного управління та туристичних дестинацій. На відміну від цифровізації окремих процесів, цифрова трансформація передбачає глибокі організаційні, технологічні та управлінські зміни, спрямовані на створення цифрової екосистеми міжнародного туризму. У роботі досліджено сучасні світові тенденції цифровізації туристичного ринку. Визначено, що основними напрямками розвитку є широке використання онлайн-платформ, мобільних застосунків, цифрових платіжних систем, штучного інтелекту, аналітики великих даних, хмарних технологій, Інтернету речей, блокчейну, а також технологій віртуальної та доповненої реальності. Впровадження зазначених технологій забезпечує автоматизацію бізнес-процесів, персоналізацію туристичних послуг, оптимізацію управління туристичними потоками та підвищення ефективності маркетингової діяльності. Практичне значення дослідження полягає у можливості використання отриманих результатів органами державного управління, туристичними підприємствами, закладами туристичної індустрії та науковими установами під час розроблення стратегій цифрового розвитку, удосконалення системи управління туристичною діяльністю, впровадження інноваційних цифрових сервісів і підвищення конкурентоспроможності міжнародного туристичного продукту. Запропоновані рекомендації можуть бути використані також у навчальному процесі під час викладання дисциплін з міжнародного туризму, цифрової економіки та менеджменту туристичної діяльності.

Ключові слова: цифрові технології, туристичний бізнес, міжнародний туристичний ринок, інноваційний розвиток, цифрова трансформація, цифрова економіка

Вступ (Introduction)

Стрімкий розвиток цифрових технологій є одним із ключових чинників трансформації світової економіки, що суттєво впливає на функціонування міжнародного туристичного ринку. Цифровізація змінює бізнес-процеси туристичних підприємств, способи взаємодії між виробниками та споживачами туристичних послуг, механізми просування туристичного продукту, а також підходи до управління туристичними дестинаціями. Використання штучного інтелекту, технологій Big Data, Інтернету речей (IoT), хмарних сервісів, мобільних застосунків, блокчейну та цифрових платформ сприяє підвищенню ефективності діяльності суб'єктів туристичного бізнесу, персоналізації туристичних послуг і формуванню нових моделей поведінки туристів. За оцінками Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР, англ. Organisation for Economic Cooperation and Development – OECD), цифрова трансформація стає одним із головних факторів підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі, забезпечуючи більш ефективне управління туристичними потоками, удосконалення маркетингових стратегій, впровадження інноваційних бізнес-моделей та підвищення стійкості туристичних підприємств до сучасних викликів. Особливого значення цифровізація набула після пандемії COVID-19, коли цифрові сервіси стали основним інструментом організації міжнародних подорожей, бронювання, комунікації та безконтактного обслуговування туристів (*OECD Tourism Trends and Policies 2026*). Водночас цифрова трансформація туристичної індустрії супроводжується низкою викликів, серед яких нерівномірний рівень цифрової зрілості підприємств, необхідність розвитку цифрових компетентностей персоналу, забезпечення кібербезпеки та захисту персональних даних туристів. Саме тому дослідження впливу цифрових технологій на розвиток міжнародного туризму є актуальним як з теоретичного, так і з практичного погляду.

Матеріали та методи (Materials and Methods)

Теоретичною та методологічною основою дослідження є сучасні концепції цифрової економіки, міжнародного туризму та інноваційного розвитку. Для досягнення поставленої

мети використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів дослідження. Метод аналізу та синтезу застосовано для узагальнення наукових підходів до визначення сутності цифрової трансформації туристичної індустрії. Системний підхід використано для дослідження взаємозв'язків між цифровими технологіями та розвитком міжнародного туризму. Методи порівняльного аналізу дали змогу оцінити світовий досвід цифровізації туристичної сфери. Статистичний метод застосовано для аналізу міжнародних показників розвитку туризму та цифровізації, а метод узагальнення – для формування висновків і практичних рекомендацій. Інформаційну базу дослідження становлять наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених, статистичні матеріали міжнародних організацій, насамперед ОЕСР та UN Tourism, а також аналітичні звіти щодо цифрової трансформації туристичної галузі (*OECD Tourism Trends and Policies 2026*).

Результати (Results)

Сучасний етап розвитку світової економіки характеризується активним впровадженням цифрових технологій у всі сфери суспільного життя. Однією з галузей, яка найбільш динамічно реагує на процеси цифровізації, є туристична індустрія. У виданні «Тенденції та політика у сфері туризму ОЕСР за 2026 рік» аналізуються показники розвитку туризму та політичні зміни у 53 країнах ОЕСР та країнах-партнерах. Незважаючи на зростаючу невизначеність, туризм продемонстрував стійкість останніми роками, підтвердивши свою роль двигуна економічного зростання. Високий попит останніми роками підштовхнув туризм до рекордних рівнів у багатьох країнах ОЕСР, зміцнивши його економічне значення. Кількість іноземних туристів, які прибули до країн ОЕСР, зросла на 8,1% і досягла 819,5 млн осіб у 2024 році, перевищивши допандемічний рівень. Цей сектор безпосередньо вніс 4,0% у ВВП та 19,3% у експорт послуг, одночасно надаючи значний позитивний вплив на транспорт, роздрібну торгівлю, сільське господарство та інші сектори. Зростання тривало і в 2025 році, при цьому кількість іноземних туристів збільшилася приблизно на 3,4% (*OECD, 2026; Financing SMEs and Entrepreneurs 2026*).

Цифрова трансформація туризму є комплексним процесом інтеграції цифрових технологій у всі етапи створення, просування, реалізації та споживання туристичних послуг, що забезпечує підвищення ефективності функціонування підприємств туристичного сектору, покращення якості обслуговування споживачів та формування нових моделей ведення туристичного бізнесу. У сучасній науковій літературі цифрова трансформація розглядається як процес глибоких структурних змін, що відбуваються під впливом використання цифрових технологій, які змінюють традиційні бізнес-процеси, організаційну структуру підприємств, способи взаємодії зі споживачами та механізми створення доданої вартості. На відміну від цифровізації, яка передбачає переведення інформації у цифровий формат, цифрова трансформація охоплює комплексне переосмислення діяльності організації на основі використання сучасних цифрових технологій. Саме тому цифрова трансформація виступає одним із ключових факторів підвищення конкурентоспроможності туристичної індустрії в умовах глобалізації та цифрової економіки. Відповідно до аналітичних матеріалів ОЕСР, цифровізація туристичного сектору сприяє підвищенню продуктивності підприємств, розвитку інновацій, покращенню доступності туристичних послуг, оптимізації управління туристичними потоками та забезпеченню сталого розвитку туристичних дестинацій (*OECD Tourism Trends and Policies 2026*).

Швидкі технологічні зміни та впровадження цифрових технологій докорінно змінюють туризм. Робота Комітету з туризму ОЕСР для G7 та АТЕС (Азійсько – Тихоокеанське економічне співробітництво) підкреслює перетворювальну роль ШІ, зокрема, як ключового фактора інновацій, операційної ефективності та персоналізованих послуг, а також як значного потенціалу для вирішення нагальних проблем у цьому секторі (*OECD (2024), Artificial Intelligence and tourism: G7/OECD policy paper; OECD (2026, forthcoming)*, *Artificial Intelligence and Tourism*). Політичний документ G7/OЕСР зі штучного інтелекту та туризму став першим галузевим внеском у глобальні дискусії про політику в галузі ШІ, підкресливши можливості та проблеми для зацікавлених сторін у сфері туризму (*OECD (2024), Artificial Intelligence and*

tourism: G7/OECD policy paper). З моменту його схвалення міністрами туризму G7 у листопаді 2024 року фокус глобальних дебатів змістився з потенціалу ШІ на практичні проблеми та ризики впровадження, включаючи питання щодо розгортання та надійності контенту, що генерується ШІ. Цей зсув також відображено на порядку денному АТЕС і G20 у сфері туризму на рік проведення АТЕС Кореєю у 2025 році та під час головування Південної Африки у 2025 році (*OECD (2026, forthcoming), Artificial Intelligence and Tourism*).

Литва запустила на сайті Lithuania Travel помічника для мандрівників, який працює на основі ШІ. Інструмент допомагає відвідувачам, надаючи персоналізовані рекомендації: від головних пам'яток до культурного етикету, сезонних особливостей та місцевих вражень. Аналогічним чином, Індонезія інтегрує ШІ в платформу indonesia.travel в рамках своєї стратегії «Туризм 5.0», щоб генерувати персоналізовані рекомендації щодо планування поїздок, забезпечувати швидкий доступ до інформації, пропонуючи при цьому більш насичений, чуйний та орієнтований на прийнятий для користувачів досвід користувача, вражень відвідувачів. У Кореї платформа Korea Guseok Guseok («Кожен куточок Кореї») використовує ШІ для впровадження інновацій на весь процес подорожі, від пошуку маршруту до поширення інформації (*Box 2.3. Innovating the domestic tourism process with AI in Korea, OECD Tourism Trends and Policies 2026*).

Цифрова трансформація міжнародного туризму характеризується активним впровадженням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, серед яких особливе місце займають штучний інтелект (Artificial Intelligence, AI), технології великих даних (Big Data), хмарні обчислення (Cloud Computing) та Інтернет речей (Internet of Things, IoT). Використання цих технологій забезпечує автоматизацію бізнес-процесів, підвищення ефективності управління туристичними підприємствами, персоналізацію туристичних послуг та створення нових моделей взаємодії між учасниками туристичного ринку (*European Travel Commission (2025)*). За оцінками Всесвітньої туристичної організації, цифрові технології є одним із ключових факторів інноваційного розвитку міжнародного туризму, оскільки вони сприяють підвищенню продуктивності підприємств, оптимізації використання ресурсів, покращенню якості туристичного обслуговування та формуванню конкурентних переваг на світовому туристичному ринку (*UN Tourism – Technology in Tourism*).

Нові технології також допомагають залучати туристів до місць культурної спадщини та історичних пам'яток, створюючи захоплюючі враження, які зберігають автентичність, роблячи традиції доступними та значущими для мандрівників, що виростили у цифрову епоху (*World Economic Forum (2025)*). Програма «AI Local Guides» у Швейцарії об'єднала такі великі міста, як Базель, Граубюнден, Люцерн та Цюрих для розробки інтерактивних цифрових гідів з використанням ШІ. Однак зберігається зростаючий розрив, особливо для малих та середніх підприємств, через обмежені технічні можливості та інфраструктуру, а також фрагментовані екосистеми даних. Усунення цієї нерівності матиме важливе значення для забезпечення поширення переваг ШІ в туристичному секторі (*OECD (2025), AI adoption by small and medium-sized enterprises: OECD discussion paper for the G7*).

Особлива увага приділяється використанню цифрових платформ, які забезпечують ефективну взаємодію між туристами, туристичними агентствами, транспортними компаніями, готельними підприємствами та органами управління туристичною сферою (*UN Tourism – Technology in Tourism*). Однією з провідних світових тенденцій є стрімке зростання ролі онлайн-платформ у реалізації туристичних послуг. За останнє десятиліття більшість операцій з бронювання авіаквитків, готелів, туристичних пакетів та екскурсій здійснюється через цифрові сервіси. Онлайн-платформи забезпечують швидке порівняння пропозицій, доступ до відгуків інших користувачів, можливість миттєвого бронювання та здійснення електронних платежів. Це сприяє підвищенню прозорості туристичного ринку та розширює можливості споживачів щодо вибору туристичного продукту. Використання таких платформ дозволяє автоматизувати процес бронювання, здійснювати порівняння цін, аналізувати споживчі вподобання та забезпечувати персоналізацію туристичних послуг. Крім того, цифрові платформи сприяють розвитку економіки спільного користування (sharing economy), що

значно змінило структуру світового туристичного ринку. Відповідні тенденції висвітлено у звітах UN Tourism (*UN Tourism – Technology in Tourism*).

Важливою тенденцією є активне використання штучного інтелекту (Artificial Intelligence) у діяльності туристичних підприємств. Алгоритми машинного навчання застосовуються для аналізу великих масивів даних про поведінку туристів, прогнозування туристичного попиту, формування індивідуальних туристичних маршрутів, автоматизації процесів бронювання та функціонування чат-ботів. Персоналізація туристичних послуг за допомогою AI дозволяє туристичним компаніям підвищити якість обслуговування клієнтів, збільшити рівень їхньої лояльності та оптимізувати маркетингову діяльність. Використання AI дозволяє туристичним підприємствам значно скоротити витрати часу на обробку інформації, підвищити якість обслуговування клієнтів та оперативно реагувати на зміни ринкової кон'юнктури. Не менш важливими є технології Big Data, які забезпечують накопичення та аналіз великих масивів інформації про туристичні потоки, сезонність попиту, споживчі переваги, транспортну мобільність та економічні показники розвитку туристичних дестинацій. Використання аналітики великих даних дозволяє державним органам і туристичним підприємствам приймати більш обґрунтовані управлінські рішення, оптимізувати маркетингову діяльність та прогнозувати перспективи розвитку туристичного ринку (табл. 1).

Таблиця 1. Приклади популярних інструментів штучного інтелекту для подорожей у 2026 році

Інструмент / Платформа	Ключові особливості ШІ
Google Gemini	Створює персоналізовані маршрути в режимі реального часу, інтегрується з Gmail та Картами, адаптується до переваг.
ChatGPT (через OTA*)	Надає можливість планування поїздок у режимі діалогу, миттєві рекомендації та керування маршрутом.
Horper	Прогнозує ціни на авіаквитки та готелі, відправляє сповіщення про найкращі пропозиції, оптимізує час поїздки.
Інструменти штучного інтелекту Expedia	Планування поїздок, відстеження цін та спільна організація поїздок за допомогою чат-боту.
Скайсканер	Управління маршрутами на основі штучного інтелекту та персоналізовані рекомендації для мандрівників.

*Online Travel Agency (Онлайн-турагентство) - це цифрова платформа для бронювання авіаквитків, готелів, турів та оренди автомобілів. Найвідомішими прикладами є Booking.com, Airbnb, Expedia та Agoda.

Джерело: How Many Travelers Use AI for Booking? Key Insights for 2026. 20.02.2026. <https://www.travala.com/blog/how-many-travelers-use-ai-for-booking-key-insights-for-2026/>

Ще однією характерною тенденцією є широке впровадження технологій Big Data (табл.2). Значні обсяги інформації, що формуються в результаті використання мобільних застосунків, соціальних мереж, онлайн-платформ та систем бронювання, створюють можливість комплексного аналізу туристичних потоків, сезонності попиту, уподобань споживачів та ефективності маркетингових кампаній. Використання великих даних дає змогу туристичним підприємствам оперативно реагувати на зміни кон'юнктури ринку, оптимізувати ціноутворення та підвищувати ефективність управлінських рішень. Для державних органів управління туризмом аналітика великих даних є важливим інструментом стратегічного планування розвитку туристичних дестинацій, оцінювання економічного впливу туризму та моніторингу туристичної активності. За інформацією ОЕСР, використання великих даних сприяє підвищенню ефективності державної політики у сфері туризму, розвитку цифрових туристичних екосистем та прийняттю більш обґрунтованих управлінських рішень на основі доказової інформації (*OECD Tourism Trends and Policies 2026*).

Таблиця 2. Основні цифрові технології, що використовуються у міжнародному туризмі

Цифрова технологія	Основні сфери застосування	Очікуваний ефект
Штучний інтелект (AI)	Персоналізація туристичних послуг, чат-боти, прогнозування попиту	Підвищення якості обслуговування, автоматизація процесів
BigData	Аналіз туристичних потоків, прогнозування попиту, маркетингова аналітика	Оптимізація управлінських рішень
Хмарні технології	CRM-системи, системи бронювання, документообіг	Зменшення витрат, централізоване управління
Інтернет речей (IoT)	«Розумні» готелі, транспорт, туристична інфраструктура	Автоматизація та підвищення безпеки
Blockchain	Електронні платежі, цифрова ідентифікація, смарт-контракти	Захист даних, прозорість операцій
VR/AR	Віртуальні екскурсії, інтерактивні музеї	Покращення туристичного досвіду

Суттєвий вплив на розвиток туристичної індустрії здійснюють також технології Інтернету речей (Internet of Things, IoT). У туристичній індустрії технології IoT використовуються для автоматизації роботи готелів, транспортної інфраструктури, туристичних об'єктів та систем безпеки. Прикладом практичного використання IoT є концепція «розумного готелю» (Smart Hotel), у якому автоматизовано процеси реєстрації гостей, управління кліматичними системами, освітленням, безпекою, енергоспоживанням та доступом до номерів. Використання датчиків і сенсорних систем дозволяє підприємствам підвищити рівень енергоефективності, оптимізувати експлуатаційні витрати та покращити якість обслуговування клієнтів. Крім того, технології IoT широко використовуються у транспортній інфраструктурі, системах навігації, моніторингу туристичних потоків, управлінні туристичними маршрутами та забезпеченні громадської безпеки. У багатьох країнах світу елементи Інтернету речей стали основою концепції «розумних туристичних DESTINATIONS» (Smart Tourism Destinations), що передбачає інтеграцію цифрових технологій у систему управління туристичною інфраструктурою.

Окремим напрямом цифрової трансформації є застосування технологій віртуальної (Virtual Reality, VR) та доповненої реальності (Augmented Reality, AR). Використання VR і AR створює нові можливості для просування туристичних продуктів шляхом віртуальних екскурсій, цифрової реконструкції історичних пам'яток, інтерактивних музейних експозицій та попереднього ознайомлення туристів із майбутніми маршрутами. Такі технології не лише підвищують якість туристичного досвіду, але й виступають ефективним інструментом маркетингових комунікацій. Доповнена реальність активно використовується під час екскурсійного обслуговування для відображення історичних реконструкцій, інтерактивних карт та додаткової інформації про туристичні об'єкти. Такі технології сприяють покращенню якості туристичного продукту та підвищують його привабливість на міжнародному ринку.

Суттєво зростає роль мобільних технологій у розвитку міжнародного туризму. Смартфони стали універсальним інструментом для планування подорожей, бронювання туристичних послуг, навігації, здійснення електронних платежів, отримання інформації про туристичні об'єкти та комунікації з постачальниками послуг. Використання мобільних застосунків забезпечує безперервний доступ туристів до необхідної інформації та сприяє підвищенню рівня комфорту під час подорожей.

Важливим напрямом цифровізації є впровадження хмарних технологій, які забезпечують централізоване зберігання інформації, інтеграцію бізнес-процесів та доступ до цифрових

сервісів у режимі реального часу. Хмарні рішення використовуються туристичними підприємствами для автоматизації систем бронювання, управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM), фінансового обліку, аналітики та корпоративних комунікацій. Це дозволяє знизити операційні витрати, підвищити продуктивність праці та забезпечити гнучкість управління підприємствами туристичної сфери.

Однією зі світових тенденцій є розвиток «розумного туризму» (Smart Tourism), який базується на інтеграції цифрових технологій у систему управління туристичними DESTINATIONAMI. Концепція Smart Tourism передбачає використання Інтернету речей (IoT), сенсорних мереж, цифрових карт, геоінформаційних систем, відкритих даних та аналітики для ефективного управління туристичними потоками, транспортною інфраструктурою, енергоспоживанням та безпекою туристів. Такий підхід сприяє підвищенню якості туристичного досвіду та сталому розвитку DESTINATIONI.

Окремої уваги заслуговує розвиток цифрових платіжних систем. Поширення безконтактних платежів, електронних гаманців, QR-кодів та цифрових банківських сервісів значно спростило процес оплати туристичних послуг. Використання сучасних фінансових технологій забезпечує безпеку транзакцій, прискорює процес розрахунків та сприяє розвитку міжнародної мобільності туристів.

Важливою тенденцією є використання соціальних мереж і цифрового маркетингу як основних інструментів просування туристичних продуктів. Платформи соціальних медіа дозволяють туристичним підприємствам здійснювати персоналізовані рекламні кампанії, взаємодіяти зі споживачами, формувати позитивний імідж туристичних DESTINATIONI та аналізувати поведінку потенційних клієнтів. Значний вплив на прийняття рішення щодо вибору місця подорожі мають цифровий контент, рекомендації блогерів та відгуки інших туристів.

Стартапи відіграють важливу і дедалі значнішу роль туризмі як двигуни інновацій і каталізатори цифрової трансформації. Ця роль особливо важлива, враховуючи, що туристичний сектор переважно складається з малих та середніх підприємств, які часто є сімейними, мікропідприємствами та працюють сезонно. У цьому контексті просування нових бізнес-моделей вимагає від стартапів доступу до цифрових інструментів, галузевих даних та відкритих платформ для стимулювання інновацій та масштабування. У результаті багато програм інкубаторів та акселераторів у сфері туризму приділяють велику увагу цифровій трансформації, фокусуючись на туристичних технологіях, інноваціях, заснованих на даних, та інтелектуальних рішеннях для модернізації туристичних операцій (*OECD (2026) Using Incubators and accelerators to support travel and tourism start-ups*). Французька ініціатива Tourisme Tech є яскравим прикладом цієї тенденції, підтримуючи стартапи у сфері туристичних технологій у рамках річної програми, що поєднує у собі відкриті інновації, наставництво та просування, а також сприяє налагодженню зв'язків із великими корпоративними та інвестиційними партнерами для прискорення цифрової трансформації сектору.

Комплексне використання AI, Big Data, Cloud Computing та IoT створює передумови для формування цифрових туристичних екосистем. У таких екосистемах усі учасники туристичного ринку – туристичні оператори, транспортні компанії, готелі, музеї, органи державного управління та туристи – взаємодіють через єдине цифрове середовище, що забезпечує безперервний обмін інформацією, оперативне прийняття управлінських рішень та високий рівень персоналізації туристичних послуг. За оцінками ОЕСР, цифровізація туристичного ринку сприяє не лише економічному зростанню підприємств, а й підвищенню стійкості туристичної галузі до глобальних криз (табл. 3). Пандемія COVID-19 прискорила впровадження цифрових технологій, стимулювавши розвиток безконтактних сервісів, електронної ідентифікації туристів, цифрових сертифікатів, мобільних додатків для контролю безпеки подорожей та дистанційного обслуговування клієнтів. Ці зміни стали важливою передумовою відновлення міжнародного туристичного ринку та підвищення його адаптивності до майбутніх викликів (*OECD Tourism Trends and Policies 2026*).

Таблиця 3. Переваги цифрової трансформації міжнародної туристичної індустрії

Для туристів	Для туристичних підприємств
Цілодобове онлайн-бронювання	Автоматизація бізнес-процесів
Персоналізовані туристичні пропозиції	Скорочення операційних витрат
Безконтактні платежі	Зростання продуктивності
Мобільна навігація	Ефективний цифровий маркетинг
Онлайн-підтримка	Підвищення конкурентоспроможності
Доступ до актуальної інформації	Аналітика даних у режимі реального часу

Разом із численними перевагами використання сучасних цифрових технологій існують і певні ризики. До основних проблем належать забезпечення кібербезпеки, захист персональних даних туристів, високі фінансові витрати на впровадження інноваційних технологій, недостатній рівень цифрової компетентності персоналу та нерівномірний розвиток цифрової інфраструктури в різних країнах (*OECD (2021), Preparing the Tourism Workforce for the Digital Future*). Крім того, зростає потреба у формуванні міжнародних стандартів регулювання використання штучного інтелекту та великих даних у туристичній діяльності. Важливим напрямом розвитку міжнародного туризму є також інтеграція цифрових технологій із принципами сталого розвитку. Аналіз великих даних дозволяє оптимізувати туристичні потоки та зменшувати навантаження на популярні DESTINACIJS, а системи Інтернету речей сприяють раціональному використанню природних ресурсів і скороченню енергоспоживання туристичної інфраструктури. Штучний інтелект може використовуватися для прогнозування екологічних ризиків, а хмарні технології для забезпечення ефективного управління туристичними ресурсами. Таким чином, використання штучного інтелекту, Big Data, хмарних технологій та Інтернету речей є одним із головних напрямів цифрової трансформації міжнародного туризму. Їх комплексне впровадження забезпечує автоматизацію управління, персоналізацію туристичних послуг, підвищення ефективності діяльності туристичних підприємств, розвиток цифрових платформ та формування сучасної цифрової туристичної екосистеми. У перспективі саме ці технології визначатимуть конкурентоспроможність туристичної індустрії, сприятимуть сталому розвитку міжнародного туризму та створенню інноваційних моделей туристичного бізнесу (*UN Tourism – New Platform Tourism Services*).

Цифрова трансформація туристичної галузі стала одним із ключових напрямів розвитку світової економіки та міжнародного туризму. У більшості країн цифрові технології розглядаються як стратегічний інструмент підвищення конкурентоспроможності туристичних DESTINACIJS, покращення якості туристичних послуг, оптимізації управління туристичними потоками та забезпечення сталого розвитку. Міжнародний досвід свідчить, що успішна цифрова трансформація туристичної сфери можлива лише за умови комплексної взаємодії держави, бізнесу, наукових установ та цифрових платформ. За оцінками Всесвітньої туристичної організації (UN Tourism), цифрові технології стали одним із головних факторів інноваційного розвитку туризму, сприяючи створенню нових бізнес-моделей, підвищенню продуктивності підприємств та формуванню цифрових туристичних екосистем (*UN Tourism – New Platform Tourism Services*).

Одним із світових лідерів цифрової трансформації туризму є Іспанія, яка реалізує концепцію Smart Tourism Destinations (розумні туристичні DESTINACIJS). Вона передбачає використання цифрових платформ, геоінформаційних систем, сенсорних мереж, відкритих даних та аналітики для управління туристичними потоками, транспортом, безпекою та екологічною стійкістю. Управління туристичними ресурсами здійснюється на основі даних у режимі реального часу, що дозволяє оперативно реагувати на зміни попиту та забезпечувати високий рівень туристичного сервісу. Такий підхід сприяє більш ефективному використанню інфраструктури, зменшенню сезонного навантаження та підвищенню якості життя місцевого населення. Значний досвід цифровізації туристичної галузі накопичено у Сінгапурі, де державна політика спрямована на інтеграцію цифрових технологій у всі сфери туристичної діяльності. У країні функціонують цифрові інформаційні платформи, системи електронного бронювання, безконтактні платіжні сервіси, мобільні туристичні застосунки та інтелектуальні

системи управління туристичними потоками. Особливу увагу приділено використанню штучного інтелекту для аналізу поведінки туристів, прогнозування попиту та персоналізації туристичних послуг. Це дозволяє підтримувати високий рівень конкурентоспроможності країни на міжнародному туристичному ринку (*EU Tourism Platform*).

Показовим є досвід Південної Кореї, яка активно впроваджує концепцію «розумного туризму» (*Smart Tourism*). Цифрові технології використовуються для інтеграції транспортної системи, культурних об'єктів, готельної інфраструктури та туристичних інформаційних центрів. Туристам доступні мобільні застосунки з функціями навігації, перекладу, електронної оплати, бронювання послуг і персоналізованих рекомендацій. Крім того, широко застосовуються технології доповненої та віртуальної реальності для створення інтерактивних екскурсій і популяризації культурної спадщини (*Box 2.3. Innovating the domestic tourism process with AI in Korea, OECD Tourism Trends and Policies 2026*). У Японії цифрова трансформація туристичної галузі є складовою державної стратегії розвитку цифрового суспільства. Особливого значення набули автоматизовані системи обслуговування туристів, роботизовані інформаційні центри, багатомовні цифрові сервіси та технології штучного інтелекту. У багатьох готелях функціонують системи автоматичної реєстрації гостей, цифрові ключі, роботи-консьєржі та системи управління номерами на основі Інтернету речей. Такі технології сприяють підвищенню якості сервісу, оптимізації витрат та ефективному використанню людських ресурсів. Країни Європейського Союзу реалізують цифрову трансформацію туристичної галузі в межах загальної цифрової політики ЄС. Основними напрямками є розвиток цифрової інфраструктури, підтримка інновацій, цифровізація малого та середнього бізнесу, підвищення цифрових компетентностей працівників та створення єдиного цифрового туристичного простору. Особлива увага приділяється впровадженню електронної ідентифікації, цифрових платіжних систем, відкритих даних та технологій кібербезпеки. Ці заходи сприяють підвищенню доступності туристичних послуг і зміцненню конкурентоспроможності європейських destinations (*European Commission – Tourism*).

У Сполучених Штатах Америки цифровізація туристичної індустрії значною мірою визначається діяльністю приватного сектору. Провідні туристичні компанії активно впроваджують штучний інтелект, великі дані, хмарні технології та цифрові платформи для аналізу попиту, динамічного ціноутворення, автоматизації бронювання та персоналізації туристичних пропозицій. Значні інвестиції спрямовуються на розвиток цифрових сервісів, мобільних застосунків та технологій безконтактного обслуговування. Особливої актуальності цифрова трансформація туристичної галузі набула після пандемії COVID-19. У більшості країн було прискорено впровадження цифрових рішень, зокрема електронних сертифікатів, мобільних застосунків для інформування туристів, онлайн-реєстрації, безконтактної оплати та дистанційного обслуговування. За оцінками OECD, цифровізація стала одним із головних факторів відновлення туристичного сектору, забезпечивши його стійкість до кризових явищ і створивши умови для подальшого розвитку (*OECD Tourism Trends and Policies 2026*).

Порівняльний аналіз міжнародного досвіду дозволяє виокремити основні напрями успішної цифрової трансформації туристичної галузі:

- інтеграція цифрових технологій у державну політику розвитку туризму;
- створення національних цифрових туристичних платформ;
- використання штучного інтелекту та Big Data для управління туристичними потоками;
- розвиток концепції «розумних туристичних destinations»;
- широке впровадження мобільних застосунків і цифрових сервісів;
- автоматизація процесів бронювання, оплати та обслуговування туристів;
- підтримка інноваційної діяльності туристичних підприємств;
- розвиток цифрових компетентностей працівників туристичної сфери;
- забезпечення кібербезпеки та захисту персональних даних;
- використання цифрових технологій для досягнення цілей сталого розвитку.

Водночас перспективи цифрового розвитку міжнародного туризму нерозривно пов'язані з концепцією сталого розвитку. Використання цифрових технологій дозволяє оптимізувати туристичні потоки, контролювати рекреаційне навантаження на природні та культурні об'єкти,

скорочувати споживання енергії й ресурсів, а також здійснювати екологічний моніторинг туристичних територій. Інформаційні системи підтримки прийняття рішень сприятимуть ефективнішому управлінню туристичними DESTINATIONAMI та збереженню культурної й природної спадщини. Разом із новими можливостями виникають і нові виклики. Зростання залежності туристичної індустрії від цифрових технологій потребує підвищення рівня кібербезпеки, захисту персональних даних, розвитку цифрових компетентностей персоналу та удосконалення нормативно-правового регулювання використання штучного інтелекту й цифрових платформ. Важливим завданням є також подолання цифрової нерівності між країнами та забезпечення рівного доступу до сучасних цифрових сервісів. Для України перспективними напрямками розвитку цифрових технологій у міжнародному туризмі є створення національної цифрової туристичної платформи, інтеграція державних електронних сервісів із міжнародними туристичними системами, впровадження технологій штучного інтелекту для просування туристичного потенціалу країни, використання великих даних для аналізу туристичних потоків, розвиток цифрової інфраструктури туристичних DESTINATIONAMI, підтримка інноваційної діяльності підприємств туристичної галузі та підвищення цифрової компетентності працівників. Реалізація цих напрямів сприятиме інтеграції України до європейського та світового цифрового туристичного простору. Отже, перспективи розвитку цифрових технологій у міжнародному туризмі пов'язані з поглибленням цифрової трансформації всіх складових туристичної діяльності. Комплексне використання штучного інтелекту, великих даних, хмарних технологій, Інтернету речей, блокчейну, цифрових платформ і технологій віртуальної реальності створюватиме нові можливості для підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств, покращення якості туристичних послуг, розвитку інноваційних бізнес-моделей та забезпечення сталого розвитку міжнародного туристичного ринку.

Для України міжнародний досвід має важливе практичне значення. Його адаптація може сприяти підвищенню конкурентоспроможності національної туристичної індустрії, модернізації цифрової інфраструктури, створенню єдиної цифрової туристичної екосистеми, розвитку електронних сервісів і впровадженню сучасних технологій управління туристичними DESTINATIONAMI. Особливу увагу доцільно приділити підтримці цифровізації малих і середніх туристичних підприємств, розвитку цифрових навичок персоналу та інтеграції українського туристичного ринку до міжнародного цифрового простору. Таким чином, міжнародний досвід свідчить, що цифрова трансформація є стратегічною умовою розвитку сучасного туризму. Країни, які системно впроваджують цифрові технології, демонструють вищий рівень конкурентоспроможності, інноваційності та стійкості туристичної галузі. Використання кращих міжнародних практик може стати важливим чинником модернізації туристичного сектору України та його інтеграції до глобального туристичного ринку.

Висновки (Conclusions)

У результаті проведеного дослідження встановлено, що цифрова трансформація є одним із ключових факторів розвитку міжнародного туризму в умовах глобалізації та цифрової економіки. Використання сучасних цифрових технологій змінює традиційні підходи до організації туристичної діяльності, сприяє формуванню нових бізнес-моделей, підвищує ефективність функціонування туристичних підприємств та забезпечує створення конкурентоспроможного туристичного продукту. Цифровізація охоплює всі етапи туристичного процесу – від пошуку інформації та бронювання туристичних послуг до післяпродажного супроводу клієнтів, що істотно покращує якість туристичного обслуговування та підвищує рівень задоволеності споживачів.

Особливу увагу приділено аналізу використання онлайн-платформ, мобільних застосунків і цифрових сервісів у туристичній діяльності. Встановлено, що сучасні цифрові платформи стали основним каналом реалізації туристичних послуг, забезпечуючи швидке бронювання, електронні платежі, інтеграцію транспортних, готельних та екскурсійних

сервісів, а також доступ до актуальної інформації в режимі реального часу. Мобільні застосунки значно розширили можливості туристів щодо планування подорожей, навігації, комунікації та отримання персоналізованих рекомендацій. У ході дослідження визначено, що штучний інтелект, Big Data, хмарні технології та Інтернет речей стали ключовими технологічними чинниками цифрової трансформації міжнародного туризму. Використання штучного інтелекту забезпечує автоматизацію обслуговування клієнтів, прогнозування туристичного попиту та персоналізацію туристичних продуктів.

Проведений аналіз міжнародного досвіду цифрової трансформації туристичної галузі засвідчив, що країни, які системно впроваджують цифрові технології, демонструють вищі показники конкурентоспроможності, ефективності використання туристичних ресурсів та якості туристичного сервісу. Досвід Іспанії, Сінгапуру, Японії, Південної Кореї, держав Європейського Союзу та інших країн підтверджує ефективність реалізації концепцій «розумних туристичних дестинацій», розвитку цифрових платформ, використання штучного інтелекту та великих даних для управління туристичними потоками і розвитку туристичної інфраструктури. За результатами дослідження встановлено, що цифрові технології істотно впливають на розвиток міжнародного туризму. Їх використання забезпечує підвищення продуктивності туристичних підприємств, скорочення операційних витрат, автоматизацію управлінських процесів, покращення якості обслуговування туристів, розширення доступності туристичних послуг та створення інноваційних моделей ведення туристичного бізнесу. Водночас цифровізація супроводжується низкою викликів, серед яких забезпечення кібербезпеки, захист персональних даних, подолання цифрової нерівності, розвиток цифрових компетентностей персоналу та вдосконалення нормативно-правового регулювання використання сучасних цифрових технологій.

Дослідження показало, що одним із найбільш перспективних напрямів розвитку міжнародного туризму є формування цифрових туристичних екосистем, у яких усі учасники туристичного ринку взаємодіють через єдине інформаційне середовище. Такі екосистеми сприятимуть інтеграції транспортних, готельних, фінансових, культурних та інформаційних сервісів, забезпечуючи комплексне управління туристичною діяльністю та створення високоякісного туристичного продукту.

Практичне значення проведеного дослідження полягає у можливості використання його результатів органами державного управління, туристичними підприємствами, туристичними дестинаціями та закладами вищої освіти під час розроблення стратегій цифрової трансформації туристичної галузі. Запропоновані підходи можуть бути використані для підвищення ефективності управління туристичною діяльністю, розвитку цифрової інфраструктури, удосконалення інформаційного забезпечення туристичних підприємств та впровадження інноваційних цифрових сервісів. Для України актуальним є впровадження комплексної державної політики цифрової трансформації туристичної галузі, яка повинна передбачати розвиток цифрової інфраструктури, підтримку інноваційної діяльності туристичних підприємств, створення національної цифрової туристичної платформи, інтеграцію з міжнародними інформаційними системами, розвиток цифрових компетентностей фахівців туристичної сфери та адаптацію найкращих міжнародних практик до національних умов.

Перспективними напрямками подальших наукових досліджень є оцінювання економічної ефективності впровадження технологій штучного інтелекту у діяльність туристичних підприємств; дослідження впливу генеративного штучного інтелекту на формування туристичного продукту; аналіз використання технологій блокчейн у міжнародному туризмі; вивчення цифрових інструментів забезпечення сталого розвитку туристичних дестинацій; розроблення моделей управління цифровими туристичними екосистемами; дослідження впливу цифровізації на конкурентоспроможність туристичних підприємств України в умовах європейської інтеграції та післявоєнного відновлення. Отже, результати проведеного дослідження підтверджують, що цифрові технології стали стратегічним чинником розвитку міжнародного туризму. Їх комплексне впровадження забезпечує модернізацію туристичної індустрії, підвищення її конкурентоспроможності, розвиток інноваційних бізнес-моделей,

покращення якості туристичних послуг та створення умов для сталого розвитку міжнародного туристичного ринку. Використання світового досвіду цифрової трансформації та адаптація сучасних цифрових рішень є важливою передумовою успішного розвитку туристичної галузі України в умовах цифрової економіки.

Конфлікт інтересів (Conflicts of interest)

Автор заявляє про відсутність конфлікту інтересів.

Фінансування (Funding)

Це дослідження не отримало зовнішнього фінансування.

Література (References)

- AM Reports Vol. 1. «Technology in Tourism». <https://www.untourism.int/archive/global/publication/am-reports-vol-1-technology-tourism>
- Box 2.3. Innovating the domestic tourism process with AI in Korea. https://www.oecd.org/en/publications/oecd-tourism-trends-and-policies-2026_3fd3cd75-en/full-report/tourism-policies-priorities-and-governance_5254e93a.html#boxsection-d1e6795-11a58cb084
- European Travel Commission (2025), Future proofing European tourism through scenario planning and strategic foresight. <https://etc-corporate.org/reports/futureproofing-european-tourism-through-scenario-planning-and-strategic-foresight/>
- EU Tourism Platform. <https://transition-pathways.europa.eu/tourism>
- European Commission – Tourism. https://transport.ec.europa.eu/tourism_en
- How Many Travelers Use AI for Booking? Key Insights for 2026. 20.02.2026. <https://www.travala.com/blog/how-many-travelers-use-ai-for-booking-key-insights-for-2026/>
- OECD Tourism Trends and Policies 2026. 1 July 2026. https://www.oecd.org/en/publications/oecd-tourism-trends-and-policies-2026_3fd3cd75-en.html
- OECD (2021), Preparing the Tourism Workforce for the Digital Future, OECD Tourism Papers, No. 2021/02, OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/9258d999-en>.
- OECD (2024), Artificial Intelligence and tourism: G7/OECD policy paper, *OECD Tourism Papers*, No. 2024/02, OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/3f9a4d8d-en>.
- OECD (2025), *AI adoption by small and medium-sized enterprises: OECD discussion paper for the G7*. <https://doi.org/10.1787/426399c1-en>.
- OECD (2026), Artificial Intelligence and Tourism: boosting innovation, enhancing sustainability in APEC economies. https://www.oecd.org/en/publications/oecd-tourism-trends-and-policies-2026_3fd3cd75-en/full-report/tourism-policies-priorities-and-governance_5254e93a.html#biblio-d1e7629-11a58cb084
- OECD (2026), Financing SMEs and Entrepreneurs 2026: An OECD Scoreboard. <https://doi.org/10.1787/075d8058-en>.
- OECD (2026), Using Incubators and accelerators to support travel and tourism start-ups. https://www.oecd.org/en/publications/oecd-tourism-trends-and-policies-2026_3fd3cd75-en/full-report/tourism-policies-priorities-and-governance_5254e93a.html#biblio-d1e7629-11a58cb084
- World Economic Forum (2025), *Travel and tourism at a turning point*. https://reports.weforum.org/docs/WEF_Travel_and_Tourism_at_a_Turning_Point_2025.pdf.
- World Tourism Organization (2017), *New Platform Tourism Services (or the so-called Sharing Economy) – Understand, Rethink and Adapt*, UNWTO, Madrid. <https://doi.org/10.18111/9789284419081>