

<sup>1</sup>ГО Інститут досліджень соціального капіталу, м. Львів

<sup>2</sup>Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне

## ДОСЛІДЖЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

У статті здійснено характеристику інструментів цифровізації, які використовують в процесі формування туристичних дестинацій. Визначено роль впровадження цифрових технологій в процес формування туристичних дестинацій. Для характеристики обрано найбільш поширені цифрові інструменти, що застосовуються на туристичних дестинаціях в Україні: доповнена реальність, смарт-картки, віртуальні тури на прикладах українських міст (Львів, Київ, Одеса) і регіону (Українські Карпати). Доведено, що державна політика у сфері туризму, нормативно-правове забезпечення цифровізації менеджменту туристичних дестинацій дає змогу для розвитку інноваційних технологій, які у поєднанні з культурною спадщиною сприяють створенню позитивного та прогресивного іміджу дестинацій.

**Ключові слова:** національна економіка; туристична галузь; ринок туристичних послуг; індустрія туризму та гостинності; цифровізація; цифрові інструменти; репутація; дестинація; тренд; стратегія.

**Постановка проблеми.** Динамічний розвиток сучасного світу впливає на всі галузі національної економіки, стимулюючи їх розвиток і туристична індустрія не є винятком у цьому процесі. Все більше людей користуються онлайн-ресурсами для пошуку інформації про туристичні дестинації, бронювання квитків та готелів, а також для планування своїх подорожей. Використання туристами цифрових платформ повністю змінило підходи до надання туристичних і готельно-ресторанних послуг, спростило їх доступ і вплинуло на досвід подорожуючих. Також, ці інноваційні підходи роблять цифровізацію ключовим фактором у формуванні репутації туристичних дестинацій.

Туристи все частіше шукають інформацію про дестинації в Інтернеті, на сайтах відгуків, форумах та соціальних мережах. Для підтвердження сказаного наведемо прогнозовані дані зі Звіту Global



Online Travel Booking Market: «...очікується, що до 2025 року сектор онлайн-бронювання подорожей досягне 765 млрд \$ США, щорічний ріст на 4,9% з 2021 по 2025 рік» [16]. Завдяки цифровим платформам для організації туристичних подорожей популярність туристичних destinations значно зросла і, як наслідок, це впливає на зростання економічних показників територій, на яких знаходяться ці destinations. Сьогодні ефективне застосування цифрових інструментів спроможне допомогти туристичним destinations ефективно формувати свою репутацію, управляти онлайн-відгуками, розуміти потреби та очікування туристів, стати destinations конкурентоспроможними на світовому ринку туристичних послуг.

**Аналіз останніх досліджень.** Питання розвитку цифровізації в індустрії туризму та гостинності набуває все більшої актуальності. Це підтверджується зростанням кількості досліджень і публікацій, присвячених цій проблемі. Останні дослідження показують, що онлайн-відгуки, соціальні мережі та штучний інтелект відіграють значну роль у формуванні репутації туристичних destinations. Так, результати дослідження У. Гретцель та З. Сіан «Вплив цифровізації на репутацію туристичної destinations: мультимедійне дослідження» (2018) засвідчують, що онлайн-відгуки є одним із найважливіших факторів, що впливають на вибір туристами місця для відпочинку. Науковці Д. Ухаліс та А. Амарангана з'ясували, що сьогодні соціальні медіа є найпотужнішими інструментами для формування репутації туристичних destinations. «Використання цифрових технологій для підвищення конкурентоспроможності туристичних destinations» (2018) показало, що штучний інтелект може допомогти туристичним destinations пропонувати подорожуючим більш персоналізований досвід (спілкування, уважність до дрібниць, зусилля зробити кожне перебування гостя незабутнім).

Дослідження, пов'язані з впливом цифровізації на туристичну індустрію України, проводили вітчизняні дослідники. Так, Н. Садова у роботі «Вплив цифровізації на розвиток туристичної індустрії» визначила напрями державного регулювання в сфері туризму з урахуванням впливу цифровізації, питань інвестиційної діяльності, пов'язаної з впровадженням цифрових технологій в сферу туризму на національному рівні, формування державної політики фінансування інноваційних туристських проєктів, розробка і реалізація національних проєктів і програм розвитку туризму. Ю. Куруджи, Г. Холодний, Ю. Холодна наукову працю «Використання цифрового маркетингу для розвитку туристичної сфери в умовах сучасних викликів» присвятили дослідженню потенціалу цифрового

маркетингу і можливостей його використання для розвитку туристичної сфери в сучасних умовах. Г.Ільницька-Гикавчук у дослідженні «Роль цифрових платформ в зростанні туристичного бізнесу» розкрила суть поняття діджиталізація, основних видів цифрових технологій в сфері туризму, принципів діджиталізації туристичного бізнесу, проблем запровадження та переваг цього процесу. О. Чернега у праці «Цифрові інструменти та їх вплив на покращення репутаційного менеджменту туристичної дестинації» висвітлює проблему наявності та використання цифрових інструментів для покращення репутаційного менеджменту туристичної дестинації, визначаючи, що цифровізація туристичної галузі прямо пропорційно впливає на формування та покращення репутації туристичної дестинації, а відповідно і формування туристичного потоку та економічних надходжень до дестинації. Таким чином, наведені дослідження свідчать про значний вплив цифровізації на світову і вітчизняну туристичну індустрію. Туристичні дестинації, які не впроваджують цифрові технології, ризикують втратити свою конкурентоспроможність.

Водночас недостатньо висвітленими залишаються проблеми дослідження інструментів цифровізації в процесі формування туристичних дестинацій.

**Мета дослідження:** дослідити інструменти цифровізації та визначити їх роль в процесі формування туристичних дестинацій.

**Виклад основного матеріалу.** За останні роки Україна достатньо швидкими темпами просувається в напрямі цифровізації, маючи на меті покращити управління туристичними дестинаціями та підвищити свої позиції на міжнародному ринку туристичних послуг. Варто зауважити той факт, що у концепції Уряду щодо ініціатив з цифровізації в країні зазначено, що «цифровізація – це насичення фізичного світу електронно-цифровими пристроями, засобами, системами та налагодження електронно-комунікаційного обміну між ними, що фактично уможлиблює інтегральну взаємодію віртуального та фізичного, тобто створює кіберфізичний простір [1]. Використовуючи такі ключові документи, як Національна концепція розвитку цифрових компетентностей до 2025 року, Україна 2030 – країна з розвиненою цифровою економікою та Стратегія розвитку туризму та курортів до 2026 року, ми прагнемо зрозуміти правові рамки, стратегічне бачення та напрями політики, які формують цифрову трансформацію туристичних дестинацій в Україні.

Національна концепція розвитку цифрових компетентностей до 2025 року визначає порядок денний цифровізації в країні. Основна

мета – досягнення цифрової трансформації існуючих та створення нових галузей економіки, а також трансформації сфер життєдіяльності у нові більш ефективні та сучасні. Ця комплексна стратегія окреслює дорожню карту для просування цифрових навичок у різних секторах, включаючи туризм. З точки зору управління репутацією, цей документ є ключовим у формуванні позиціонування країни в цифровій сфері. Він підкреслює потребу в кваліфікованій робочій силі, здатній орієнтуватися в тонкощах цифрових інструментів і платформ, тим самим сприяючи формуванню позитивного іміджу та сприйняттю України як цифрової дестинації [2].

Стратегічне бачення, викладене в документі «Україна 2030 – країна з розвинутою цифровою економікою» ґрунтується на принципах інновацій та технологічної інтеграції, прямо впливає на цифровізацію туристичних дестинацій. Узгоджуючи цифрові надбання з економічним розвитком, документ визначає роль туристичного сектору у формуванні репутації країни. Розвинена цифрова економіка не лише підвищує ефективність управління дестинаціями, а й сприяє загальному позитивному сприйняттю України як технологічної туристичної дестинації [3].

Таким чином, можемо узагальнити головні цілі, котрі необхідно досягнути за допомогою цифровізації (рисунок).



Рисунок. Цілі цифровізації (сформовано авторами на основі джерел [1–3])

Звіт Європейської Комісії про виконання Україною Угоди про асоціацію між Україною та ЄС за 2023 рік [4] надає зовнішній погляд на прогрес країни в різних сферах, включаючи цифровізацію. Відмітимо, що звіт не зосереджений безпосередньо на туризмі, проте він дає розуміння про зусилля України в галузі цифровізації, котрі спрямовуються на міжнародний ринок. З точки зору управління репутацією, ця зовнішня оцінка набуває вирішального значення.

Стратегія розвитку туризму та курортів до 2026 року є документом, що безпосередньо впливає на цифрову трансформацію туристичних дестинацій. Ця стратегія визнає інтегрований підхід до формування і реалізації державної політики у сфері туризму і поєднання складових: галузевої (міжгалузева координація та системний розвиток складових сфери туризму та курортів), територіальної (міжрегіональна кооперація, досягнення рівномірного та збалансованого розвитку туристичних регіонів, територій, зон), секторальної (створення системи стратегічного планування розвитку видів туризму на основі їх чіткої класифікації та визначення пріоритетних на державному та регіональному рівні) [5]. З точки зору управління репутацією – акцент на практиках сталого туризму, збереженні культури і застосуванні цифрових інструментів відповідає глобальним очікуванням щодо відповідальних і технологічно розвинених дестинацій.

Таким чином, стратегічні цілі та завдання мають сприяти розвитку туризму та курортів в Україні, підвищенню їхнього внутрішнього потенціалу та конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

Національна економічна стратегія визначає більш широкі економічні рамки, в яких розгортаються зусилля з цифровізації [6]. Туризм є значним внеском у національну економіку, стратегічне бачення, викладене в цьому документі, прямо впливає на ініціативи з цифровізації в туристичній індустрії, оскільки цифрові можливості стають невід'ємною частиною економічного успіху, позитивний імідж, який формується завдяки ефективним практикам цифровізації, сприяє загальній репутації України в глобальному економічному ландшафті.

Отже, в Україні на сьогодні функціонує таке нормативно-правове забезпечення цифровізації менеджменту туристичних дестинацій: Національна концепція розвитку цифрових компетентностей до 2025 року, Україна 2030 – країна з розвинутою цифровою економікою, Стратегія розвитку туризму та курортів до 2026 року.



Здійснено характеристику цифрових інструментів та визначимо їх вплив на покращення репутації туристичних дестинацій в Україні. Для характеристики обрано такі цифрові інструменти: 1) доповнена реальність, 2) смарт картки, 3) віртуальні тури на прикладах українських міст (Львів, Київ, Одеса) і регіону (Українські Карпати).

Доповнена реальність Львова відкриває культурну спадщину. Місто є свідченням гармонійного поєднання традицій та інновацій. Доповнена реальність (AR) слугує тут цифровим мостом, що з'єднає багату історію міста з сучасним мандрівником. Архітектурні дива та історичні місця оживають завдяки AR-екскурсіям, пропонуючи інтерактивну та захоплюючу подорож минулим Львова.

Застосування доповненої реальності виходить далеко за межі традиційних уявлень про туризм. Замість того, щоб бути пасивними спостерігачами, відвідувачі стають активними учасниками інтерактивної подорожі в часі. Екскурсії з використанням доповненої реальності пропонують динамічне дослідження архітектурних перлин Львова, таких як культова площа Ринок чи Високий Замок. Цифрові накладки на смартфони або окуляри доповненої реальності збагачують досвід, надаючи історичний контекст, візуальні реконструкції та захоплюючу розповідь, яка захоплює уяву сучасного мандрівника.

Прихильність Львова до збереження своєї культурної спадщини проявляється не лише в архітектурних пам'ятках, а й у яскравих культурних подіях та фестивалях. Доповнена реальність органічно пронизує ці події, підсилюючи загальну культурну картину. Під час фестивалів відвідувачі можуть взаємодіяти з цифровими накладками, які оживляють історичні постаті або демонструють традиційні ремесла [7–8]. Інтерактивні експонати, оснащені доповненою реальністю, оживляють мистецькі інсталяції, створюючи захоплююче поєднання сучасного та історичного.

Отже, стратегічне використання доповненої реальності у Львові є прикладом того, як цифрові інструменти можуть бути використані для безперешкодної інтеграції традицій та інновацій. Репутація міста зміцнюється не лише завдяки збереженню культурної спадщини, а й завдяки активному залученню відвідувачів до занурення в його минуле. Відзначаючи історію за допомогою технологій, Львів зміцнює свою позицію динамічного та перспективного міста, де відлуння минулого яскраво резонує в цифрову епоху.

Як столиця, Київ стає піонером у стратегічному використанні аналітики даних для комплексного управління туризмом. Розумні ініціативи міста використовують дані для оптимізації потоків

відвідувачів, прогнозування пікових періодів для культурних подій та підвищення загальної міської мобільності.

Одним із елементів стратегії Києва, заснованим на даних, є оптимізація потоків відвідувачів. Завдяки комплексному аналізу даних місто визначає зони з високим трафіком, що дозволяє ефективно управляти натовпом і зменшувати затори біля популярних пам'яток. У додатку «Цифровий Київ» створено спеціальні маршрути для зручності мандрівників [9]. Це забезпечує позитивний досвід для туристів, які можуть досліджувати місто без перешкод. Використання даних у цьому аспекті не лише покращує враження відвідувачів, але й сприяє загальній безпеці та добробуту тих, хто досліджує українську столицю. Також помилуватися столицею можна через інтернет за допомогою онлайн-екскурсій [10].

Прагнення Києва до досконалості поширюється і на культурні події та фестивалі. Використовуючи аналітику даних, місто прогнозує пікові моменти для різних культурних подій, що дозволяє ретельно планувати та розподіляти ресурси. Таке передбачення гарантує, що відвідувачі мають можливість долучитися до багатого культурного полотна Києва, не стикаючись з логістичними проблемами [10]. Від традиційних фестивалів до виставок сучасного мистецтва, інсайти на основі даних сприяють створенню добре скоординованого культурного досвіду, що запам'ятовується надовго.

Ефективний транспорт має першорядне значення для процвітання туристичної дестинації, і Київ визнає важливість впорядкованої міської мобільності. Завдяки ініціативам, що базуються на даних, місто оптимізує маршрути громадського транспорту, визначає напрямки розвитку інфраструктури та адаптується до мінливих моделей пересування відвідувачів. Незалежно від того, чи користуються вони автобусом, метро чи іншими видами транспорту, Київ забезпечує відвідувачам можливість легко пересуватися містом за допомогою смарт картки, що сприяє позитивному та безпроблемному сприйняттю української столиці [10].

Навігація досконалості Києва за допомогою аналітики даних слугує зразком для інших туристичних дестинацій, демонструючи трансформаційний вплив стратегічного та орієнтованого на дані підходу до управління туризмом.

Одеса. Морський шарм, розкритий за допомогою віртуальних турів. Розташована на мальовничому узбережжі Чорного моря, Одеса використовує віртуальні тури як потужний інструмент для демонстрації своєї морської привабливості. Віртуальна реальність



(VR) пропонує унікальний та захоплюючий попередній перегляд знакових морських пейзажів міста, історичних портів та морських музеїв [11]. Інноваційне використання віртуальних турів в Одесі не лише приваблює світову аудиторію, але й сприяє розвитку сталого туризму, зменшуючи екологічний слід, пов'язаний з фізичними подорожами.

Віртуальні тури, створені за допомогою передових технологій віртуальної реальності, забезпечують захоплюючу подорож культовими морськими пейзажами Одеси. Від панорамних видів на Чорне море до дослідження історичних портів, які були свідками століть морської торгівлі, ці цифрові враження переносять користувачів за межі географічних обмежень.

Отже, використання віртуальних турів Одесою не лише є маркетинговим ходом, але й відповідає сучасним тенденціям сталого туризму. Пропонуючи віртуальний попередній перегляд своїх визначних пам'яток, місто робить свій внесок у зменшення екологічного сліду, пов'язаного з фізичними подорожами. Потенційні відвідувачі можуть досліджувати Одесу, не виходячи з дому, ухвалюючи обґрунтовані рішення щодо своїх планів подорожей. Такий екологічний підхід не лише резонує з екологічно свідомими мандрівниками, а й позиціонує Одесу як дестинацію, що цінує відповідальні туристичні практики. Стратегічне розгортання віртуальних турів в Одесі стає динамічною силою у формуванні репутації міста. Використовуючи віртуальну реальність для демонстрації своєї морської привабливості, Одеса утверджує себе як дестинацію, що бездоганно поєднує історію та технології. Віртуальний досвід не лише приваблює глобальну аудиторію, а й сприяє розвитку сталого туризму. Інноваційне використання Одесою віртуальних турів не лише захоплює та зачаровує різноманітне коло відвідувачів, але й позиціонує місто як маяк морського шарму в цифрову епоху.

Українські Карпати. Гейміфікація дослідження природи для сталого туризму. Занурюючись у захоплюючі краєвиди Карпатських гір, регіон впроваджує гейміфікацію як новий підхід до залучення екологічно свідомих мандрівників. Мобільні додатки з віртуальними пошуками скарбів, інтерактивними картами та винагородами за екологічні практики перетворюють дослідження природних чудес на захоплюючу та пізнавальну гейміфіковану пригоду [12–13]. Це не лише посилює залучення відвідувачів, але й сприяє розвитку відповідального туризму, що відповідає світовим тенденціям до екологічних подорожей.



Гейміфікація в Карпатах набуває форми віртуальних пошуків скарбів та інтерактивних мап, додаючи елемент азарту до дослідження природних чудес. Мобільні додатки проводять відвідувачів мальовничими стежками, заохочуючи їх відкривати для себе приховані коштовності та екологічні об'єкти. Інтерактивні карти в режимі реального часу надають інформацію про флору, фауну та природоохоронні заходи, перетворюючи простий похід на динамічну та пізнавальну подорож. Гейміфікований підхід гарантує, що кожен крок стає можливістю для відкриттів та залучення [14].

Щоб додатково стимулювати відповідальну поведінку, Карпатський національний природний парк запроваджує винагороди за екологічні практики в межах гейміфікованого досвіду. Відвідувачі, які дотримуються екологічних рекомендацій, таких як зменшення відходів, відповідальне ставлення до кемпінгу та захист дикої природи, отримують віртуальні винагороди. Це не лише заохочує позитивну поведінку, але й виховує почуття відповідальності серед туристів [15].

**Висновки.** Використання охарактеризованих нами цифрових інструментів дає можливість подорожуючому краще пізнавати туристичні локації, розширювати кругозір та відвідувати важкодоступні місця. Нами розглянуто цифрові інструменти, що є найбільш поширеними на туристичних денстинаціях в Україні, зокрема: доповнена реальність, смарт картки, віртуальні тури. Цифрові інструменти як доповнена реальність на прикладі міста Львова відкриває культурну спадщину міста та допомагає туристам самостійно взаємодіяти із оточуючим середовищем. Смарт-картки роблять пересування по Києву комфортнішим для містян і туристів. Віртуальні тури в Одесі дозволяють туристам роздивитися красоти міста не виходячи з дому й обрати найцікавіші місця для майбутньої подорожі. Кожен з цих інструментів сприяє зацікавленості туристів в українських містах. Інтеграція сталих практик у гейміфіковану пригоду відповідає світовим тенденціям до екосвідомих подорожей та позиціонує Українські Карпати як дестинацію, що дбає про збереження довкілля.

Таким чином, державна політика у сфері туризму, нормативно-правове забезпечення цифровізації менеджменту туристичних дестинацій дає змогу для розвитку інноваційних технологій, які у поєднанні з культурною спадщиною сприяють створенню позитивного та прогресивного іміджу в процесі формування туристичних дестинацій. Станом на сьогодні, Європейська комісія готується надати загальні рамкові умови для початку перемовин з



Україною про вступ до ЄС, тому у перспективі на ринок туристичних послуг країни очікують грандіозні зміни. Початок цих змін сформований вже сьогодні з допомогою нормативно-законодавчих впроваджень і цифрової трансформації галузей економіки, зокрема і туристичної.

**1.** Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки : Розпорядження КМУ від 17.01.2018 р. № 67-р. Чинний, поточна редакція від 17.09.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text> (дата звернення: 01.03.2024). **2.** Про схвалення Концепції розвитку цифрових компетентностей та затвердження плану заходів з її реалізації : Розпорядження КМУ від 3 березня 2021 р. № 167-р. Чинний, поточна редакція від 03.03.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/167-2021-%D1%80#Text> (дата звернення: 01.03.2024). **3.** Україна 2030 – країна з розвинутою цифровою економікою. Український інститут майбутнього. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html> (дата звернення: 02.03.2024). **4.** Звіт Європейської Комісії про виконання Україною Угоди про асоціацію між Україною та ЄС за 2023. URL: [https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/55-GOEEI/zvit-pro-vykonannia-ua-za-2023\\_UA.pdf](https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/55-GOEEI/zvit-pro-vykonannia-ua-za-2023_UA.pdf) (дата звернення: 01.03.2024). **5.** Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : Розпорядження КМУ від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text> (дата звернення: 01.03.2024). **6.** Вектори економічного розвитку 2030 : матеріали для обговорення. КМУ. URL: <https://nes2030.org.ua/docs/doc-vector.pdf> (дата звернення: 11.03.2024). **7.** Орієнтація Шиян. Пам'ятки архітектури Львівщини відтворюють у 3D форматі. Zaxid.net. 29.01.2021. URL: <https://zaxid.net/news/> (дата звернення: 11.03.2024). **8.** Орієнтація Шиян. На Львівщині створили 3D-тури відреставрованими пам'ятками. Zaxid.net. 02.12.2022. URL: <https://zaxid.net/news/> (дата звернення: 11.03.2024). **9.** Київ цифровий : офіційний вебсайт. URL: <https://kyiv.digital/start> (дата звернення: 11.03.2024). **10.** Онлайн-екскурсія «Містичний Київ», Капітан Київ. URL: <https://captain.kiev.ua/excursions/mysticalkyivonline> (дата звернення: 11.03.2024). **11.** Віртуальні тури в Одесі, 3D панорами для Google Maps, Vkazivnyk. URL: <http://vkazivnyk.com/uk/odesa-3d> (дата звернення: 11.03.2024). **12.** Що можна побачити в Карпатах за 5 днів: маршрут, бюджет та поради перед мандрівкою. Discover. URL: <https://discover.ua/inspiration/so-mozna-pobaciti-v-karpatah-za-5-dniv-marsrut-budzet-ta-poradi-pered-mandrivkou> (дата звернення: 13.03.2024). **13.** Розвиток сталого туризму в природоохоронних територіях Карпат, Євроregion Карпати : офіційний вебсайт. URL: <https://ekarpaty.com/nashi-proekty/protectnature/novyny-rozvytok-staloho-turyzmu-v-pryrodookhoronnykh-terytoriiakh-karpat/> (дата звернення: 13.03.2024). **14.** Розвиток туризму гірських територій Українських Карпат шлях до посилення конкурентоспроможності Карпат. Ресурсний центр зі сталого місцевого розвитку. URL: <https://rozvytok.in.ua/4102-rozvytok-turyzmu-hirskykh-terytorii-ukrainskykh-karpat-shliakh-do-posylennia-konkurentospromozhnosti-karpat> (дата звернення: 13.03.2024). **15.** Карпатський національний природний парк : офіційний сайт. URL: <https://karpatskyi-park.in.ua/> (дата звернення: 13.03.2024). **16.** Global Online Travel Booking Market Size, Share, Growth Report 2030. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/global-online-travel-booking-market-size-share->

growth-mahavir-aiwale-qglaf (дата звернення: 15.03.2024).

## REFERENCES:

1. Kontsepsiia rozvytku tsyfrovoy ekonomiky ta suspilstva Ukrainy na 2018–2020 roky : Rozporiadzhennia KМУ vid 17.01.2018 r. № 67-r. Chynnyi, potochna redaktsiia vid 17.09.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text> (data zvernennia: 01.03.2024).
2. Pro skhvalennia Kontsepsii rozvytku tsyfrovyykh kompetentnostei ta zatverdzhennia planu zakhodiv z yii realizatsii : Rozporiadzhennia KМУ vid 3 bereznia 2021 r. № 167-r. Chynnyi, potochna redaktsiia vid 03.03.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/167-2021-%D1%80#Text> (data zvernennia: 01.03.2024).
3. Ukraina 2030 – kraina z rozvynenoiu tsyfrovoyu ekonomikoiu. Ukrainskyi instytut maibutnoho. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html> (data zvernennia: 02.03.2024).
4. Zvit Yevropeiskoi Komisii pro vykonannia Ukrainoiu Uhody pro asotsiatsiiu mizh Ukrainoiu ta YeS za 2023. URL: [https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/55-GOEEI/zvit-pro-vykonannia-ua-za-2023\\_UA.pdf](https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/55-GOEEI/zvit-pro-vykonannia-ua-za-2023_UA.pdf) (data zvernennia: 01.03.2024).
5. Pro skhvalennia Stratehii rozvytku turyzmu ta kurortiv na period do 2026 roku : Rozporiadzhennia KМУ vid 16 bereznia 2017 r. № 168-r. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text> (data zvernennia: 01.03.2024).
6. Vektory ekonomichnoho rozvytku 2030 : materialy dlia obhovorennia. KМУ. URL: <https://nes2030.org.ua/docs/doc-vector.pdf> (data zvernennia: 11.03.2024).
7. Orysia Shyian. Pamiatky arkhitektury Lvivshchyny vidtvoriat u 3D formati. Zaxid.net. 29.01.2021. URL: <https://zaxid.net/news/> (data zvernennia: 11.03.2024).
8. Orysia Shyian. Na Lvivshchyni stvoryly 3D-tury vidrestavrovany my pamiatkamy. Zaxid.net. 02.12.2022. URL: <https://zaxid.net/news/> (data zvernennia: 11.03.2024).
9. Kyiv tsyfrovyy : ofitsiinyi vebsait. URL: <https://kyiv.digital/start> (data zvernennia: 11.03.2024).
10. Onlain-ekskursiia «Mistychnyi Kyiv», Kapitan Kyiv. URL: <https://captain.kiev.ua/excursions/mysticalkyivonline> (data zvernennia: 11.03.2024).
11. Virtualni tury v Odesi, 3D panoramy dlia Google Maps, Vkazivnyk. URL: <http://vkazivnyk.com/uk/odesa-3d> (data zvernennia: 11.03.2024).
12. Shcho mozna pobachyty v Karpatakh za 5 dnev: marshrut, biudzheth ta porady pered mandrivkoiu. Discover. URL: <https://discover.ua/inspiration/so-mozna-pobaciti-v-karpatah-za-5-dniv-marsrut-budzheth-ta-porady-pered-mandrivkou> (data zvernennia: 13.03.2024).
13. Rozvytok staloho turyzmu v pryrodookhoronnykh terytoriiakh Karpat, Yevrorehion Karpaty : ofitsiinyi vebsait. URL: <https://ekarpaty.com/nashi-proekty/protectnature/novyny-rozvytok-staloho-turyzmu-v-pryrodookhoronnykh-terytoriiakh-karpat/> (data zvernennia: 13.03.2024).
14. Rozvytok turyzmu hirskykh terytorii Ukrainskykh Karpat shliakh do posylennia konkurentospromozhnosti Karpat. Resursnyi tsentr zi staloho mistsevoho rozvytku. URL: <https://rozvytok.in.ua/4102-rozvytok-turyzmu-hirskykh-terytorii-ukrainskykh-karpat-shliakh-do-posylennia-konkurentospromozhnosti-karpat> (data zvernennia: 13.03.2024).
15. Karpatskyi natsionalnyi pryrodnyi park : ofitsiinyi sait. URL: <https://karpatskyi-park.in.ua/> (data zvernennia: 13.03.2024).
16. Global Online Travel Booking Market Size, Share, Growth Report 2030. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/global-online-travel-booking-market-size-share-growth-mahavir-aiwale-qglaf> (data zvernennia: 15.03.2024).



**Vyhovskyi N. M.** [1; ORCID ID: 0009-0002-8550-6942],  
Candidate of Pedagogic Sciences (Ph.D.),

**Konarivska O. B.** [2; ORCID ID: 0000-0002-1760-9264],  
Candidate of Economics (Ph.D.), Associate Professor

<sup>1</sup>*Public Organization «Institute of Social Capital Research», Lviv*

<sup>2</sup>*National University of Water and Environmental Engineering, Rivne*

## **RESEARCH OF DIGITALISATION TOOLS IN THE PROCESS OF FORMING TOURIST DESTINATIONS**

The article describes the digitalization tools used in the process of forming tourist destinations. The main goals that must be achieved with the help of digitalization are defined. These goals are: opening opportunities for high-tech initiatives and production, formation, implementation of digital transformation projects in the field of tourism; expansion of opportunities for realization of human potential, development of innovative, creative and digital industries and business; promoting the technological development of the tourism industry; gaining world leadership in the export of digital products and services; investment attraction and support of stable economic growth. An analysis of the regulatory and legal support for the digitalization of the management of tourist destinations was carried out on the basis of the following strategic documents: the National concept of the development of digital competences until 2025, Ukraine 2030 – a country with a developed digital economy, the Strategy for the development of tourism and resorts until 2026. The role of the introduction of digital technologies in the process of formation of tourist destinations is defined. The use of these digital tools gives the traveler the opportunity to get to know tourist locations better, expand his horizons and visit hard-to-reach places. The most common digital tools used at tourist destinations in Ukraine were selected for characterization: augmented reality, smart cards, virtual tours. Examples of the use of these tools in Ukrainian cities (Lviv, Kyiv, Odesa) and in the Carpathians region are given. Digital tools as an augmented reality on the example of the city of Lviv reveal the cultural heritage of the city and help tourists independently interact with the environment. Smart cards make moving around Kyiv more comfortable for citizens and tourists. Virtual tours in Odessa allow tourists to see the beauty of the city without leaving home and choose the most interesting places for their future trip. Each of these tools contributes to the interest of tourists in Ukrainian cities. The integration of sustainable practices into a gamified adventure is in line with global trends towards eco-conscious travel and positions the Ukrainian Carpathians as an environmentally friendly destination. It has been proven that the state policy in the field of tourism, the regulatory and legal provision of digitalization of the management of tourist destinations enables the

**development of innovative technologies, which, in combination with cultural heritage, contribute to the creation of a positive and progressive image of destinations.**

**Keywords:** national economy; tourism industry; tourist services market; tourism and hospitality industry; digitalization; digital tools; reputation; destination; trend; strategy.

Отримано: 16 березня 2024 року  
Прорецензовано: 21 березня 2024 року  
Прийнято до друку: 29 березня 2024 року