**ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ В УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ПОСЛУГАМИ**

**DIGITAL TOOLS IN TOURISM SERVICES MANAGEMENT**

Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. кафедри міжнародного менеджменту та інновацій

Мамонтенко Наталія Сергіївна

Здобувачка вищої освіти: Рибак Анна Артемівна

Supervisor: Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of International Management and Innovations

Mamontenko Nataliia Serhiivna

Higher education applicant: Rybak Anna Artemivna

**Анотація:** У статті розглядається роль цифрових технологій в управлінні туристичними послугами. Акцентовано увагу на трансформаційних процесах у туристичній галузі під впливом цифровізації, використанні інформаційних технологій на всіх етапах туристичної подорожі, впровадженні інноваційних цифрових інструментів для персоналізації послуг та управління репутацією. Аналізуються переваги використання великих даних, штучного інтелекту, систем автоматизації маркетингової діяльності, мобільних застосунків, VR і AR-технологій у формуванні туристичного досвіду. Зроблено висновок про ключову роль цифрових рішень у забезпеченні конкурентоспроможності туристичних підприємств та розвитку сталого туризму.

**Ключові слова:** туризм, цифровізація, туристичні послуги, інформаційні технології, штучний інтелект, автоматизація маркетингу, віртуальна реальність, доповнена реальність, репутаційний менеджмент.

**Annotation:** The article examines the role of digital technologies in the management of tourism services. The focus is on transformational processes in the tourism industry under the influence of digitalization, the use of information technologies at all stages of the tourist journey, the implementation of innovative digital tools for personalization of services and reputation management. The advantages of using big data, artificial intelligence, marketing automation systems, mobile applications, VR and AR technologies in shaping the tourist experience are analyzed. The conclusion is made about the key role of digital solutions in ensuring the competitiveness of tourism enterprises and the development of sustainable tourism.

**Keywords:** tourism, digitalization, tourism services, information technology, artificial intelligence, marketing automation, virtual reality, augmented reality, reputation management.

Туризм – сфера господарського комплексу, що забезпечує десяту частину світового валового продукту. Ця галузь розвивається швидкими темпами і в найближчі роки може стати найбільш важливим сектором підприємницької діяльності.

Туристична галузь переживає трансформацію та процес видозмінення формування туристичної послуги та її реалізації в онлайн просторі. Саме цифровізація зараз один з чинників впливу результативності репутаційного менеджменту туристичних дестинацій.

Інформаційні технології є невід’ємною частиною сучасних подорожей, впливаючи на всі етапи її здійснення, починаючи від планування подорожей, кроскультурного спілкування, а також укладання важливих угод і не лише. Індустрія туризму та гостинності стрімко розвивається завдяки цифровим досягненням. Тепер споживачі очікують від постачальників послуг високого рівня цифрової зрілості, причому деякі з них лідирують у використанні керованих даними та цифрових інструментів для надання інноваційних та персоналізованих вражень.

Сучасні цифрові інструменти, такі як CRM-системи, чат-боти, системи онлайн-бронювання, штучний інтелект та аналітичні платформи, дозволяють не лише автоматизувати процеси обслуговування туристів, а й глибше розуміти їхні потреби, формуючи індивідуальні пропозиції [2]. Технології допомагають прогнозувати попит, виявляти нові тренди, оптимізувати ціноутворення та управління ресурсами.

Впровадження штучного інтелекту та автоматизація процесів дають змогу туристичним компаніям мінімізувати витрати, підвищити якість сервісу, забезпечити доступність послуг для ширшого кола клієнтів. Крім того, розвиток мобільних застосунків та віртуальної реальності трансформує користувацький досвід, дозволяючи потенційним туристам «відчути» місце подорожі ще до її початку [3].

Особливе значення в цифровій трансформації має управління репутацією в онлайн-просторі. Відгуки користувачів, рейтинги на платформах бронювання, активність у соціальних мережах безпосередньо впливають на рішення потенційних клієнтів. Тому туристичні підприємства зосереджують зусилля на побудові позитивного іміджу за допомогою цифрових маркетингових стратегій. Успішна інтеграція цифрових інструментів у туристичний бізнес сприяє підвищенню конкурентоспроможності компаній, адаптації до глобальних викликів і задоволенню зростаючих очікувань споживачів [1; 6].

Важливу роль у цифровізації туристичних послуг відіграють системи електронної комерції, які дозволяють туристам здійснювати бронювання, оплату та отримання документів онлайн без необхідності фізичної присутності в офісі туристичного оператора. Платформи електронних платежів, віртуальні тури, інтеграція з картографічними сервісами стали невід'ємною частиною сучасного туристичного досвіду [5].

Розвиток технологій віртуальної (VR) та доповненої реальності (AR) відкриває нові можливості для представлення туристичних продуктів. Застосування VR дозволяє потенційним клієнтам здійснити віртуальну подорож об'єктом перед прийняттям рішення про покупку туру. AR-технології активно використовуються для навігації по туристичних маршрутах, покращуючи орієнтацію на місцевості та пропонуючи інтерактивну взаємодію.

Особливу увагу варто приділити штучному інтелекту та машинному навчанню в туристичній галузі. Системи на основі штучного інтелекту аналізують великі обсяги даних про поведінку споживачів, їхні вподобання та історію подорожей для створення персоналізованих пропозицій [1]. Використання чат-ботів для обробки замовлень та надання консультацій в реальному часі підвищує швидкість обслуговування та покращує комунікацію з клієнтами [4]. Іншою важливою тенденцією є автоматизація процесів маркетингу. Використання аналітичних платформ дозволяє туристичним компаніям збирати дані про ефективність рекламних кампаній, поведінку користувачів на сайтах, соціальних мережах та в мобільних застосунках. Це дає змогу оперативно коригувати маркетингові стратегії для досягнення кращих результатів.

Цифровізація також сприяє розвитку сталого туризму. Використання онлайн-інструментів допомагає краще регулювати потоки туристів, сприяючи збереженню природних та культурних ресурсів [6]. Мобільні застосунки інформують туристів про правила поведінки у заповідних зонах, обмеження на пересування, способи зменшення екологічного сліду [5].

Проте разом із перевагами цифрової трансформації виникають і певні виклики. Серед них – питання кібербезпеки, захисту персональних даних туристів, адаптація персоналу до роботи з новими технологіями та необхідність постійних інвестицій у оновлення цифрової інфраструктури.

**Отже,** роль цифрових технологій у туристичній індустрії зростає з кожним роком. Успішна інтеграція цифрових рішень дозволяє туристичним компаніям підвищити свою конкурентоспроможність, забезпечити високий рівень обслуговування клієнтів, оперативно реагувати на зміни ринку та сприяти розвитку сталого туризму. У майбутньому впровадження інноваційних технологій стане ключовим чинником успіху на туристичному ринку. Особливої уваги заслуговують такі напрями цифрової трансформації, як використання штучного інтелекту для персоналізованих пропозицій, аналітика великих даних для прогнозування попиту, а також впровадження мобільних застосунків і чат-ботів для цілодобового обслуговування клієнтів.

**Список літератури**

1. Прочан А.О. Цифрові інструменти управління інноваційною діяльністю туристичних підприємств України: аналіз викликів воєнного часу. Академічні візії. 2023. Вип. 15. https://academy-vision.org/index.php/av/article/download/139/127​academy-vision.org
2. Лисюк Т., Ройко Л., Білецький Ю. Цифрові інноваційні технології у сфері туризму України. Економіка та суспільство. 2023. 52. URL: https://economyandsociety.in.ua/ index.php/journal/article/view/2554​economyandsociety.in.ua
3. Валінкевич Н.В., Шестакова А.В. Цифрова трансформація як конкурентна перевага в індустрії туризму та гостинності. Економіка та суспільство. 2024. Вип. 68. https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/4914/4857​economyandsociety.in.ua
4. Паньків Н.Є., Гуменяк В.М. Діджиталізація туристичних маршрутів в Україні: сучасний стан та тенденції розвитку. Development Service Industry Management. 2024. Вип. 1, 253-267. URL: https://dsim.khmnu.edu.ua/index.php/dsim/article/download/136/135/306​dsim.khmnu.edu.ua
5. Чернега О.М. Цифровізація як репутаційна тактика в управлінні туристичною дестинацією. Економіка: реалії часу. 2023. № 3(67), 47-55.
6. Люльчук О.К. Удосконалення інструментальної складової механізму державного управління туристичною привабливістю в Україні. Вісник Херсонського національного технічного університету. 2024. № 1(88). URL: https://journals.kntu.kherson.ua/ index.php/visnyk\_kntu/article/view/612