

## ТУРИЗМ

DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(16\).2025.22](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(16).2025.22)

УДК 338.48:004.9](477)

Р. В. Горчак

Приватний вищий навчальний заклад «Київський університет культури»

### ЦИФРОВІЗАЦІЯ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: СТАН, ІНІЦІАТИВИ ТА АНАЛІТИКА

Стаття присвячена комплексному дослідженню процесу цифровізації внутрішнього туризму України, що є особливо актуальним у сучасних умовах глобальної цифрової трансформації економіки, пандемічних викликів та триваючої воєнної агресії. Метою статті є аналіз сучасного стану та перспектив цифровізації у внутрішньому туризмі України, визначення ключових цифрових інновацій, які вже використовуються в галузі, а також виявлення перешкод і факторів, що гальмують ефективне застосування цифрових технологій у туристичній сфері. У ході дослідження автором було здійснено детальний аналіз офіційної статистики щодо динаміки внутрішнього туризму в Україні за період 2019–2024 років, зокрема показано, як пандемія COVID-19 та повномасштабна війна вплинули на внутрішні туристичні потоки. Особлива увага приділена аналізу цифрових сервісів і платформ, таких як «Дія», Visit Ukraine, регіональні туристичні мобільні застосунки та інноваційні стартапи, які активно впроваджуються для підтримки та розвитку внутрішнього туризму, підвищення зручності й безпеки туристичних поїздок. У статті наведено результати критичного аналізу сучасних наукових публікацій українських та зарубіжних дослідників щодо впливу цифровізації на розвиток туризму, окреслено основні бар'єри цифрового розвитку туристичної галузі України: нерівномірність цифрового покриття, недостатню інфраструктуру зв'язку, низький рівень цифрової компетентності учасників ринку, фінансові обмеження малого й середнього бізнесу, нормативно-правові проблеми та питання кібербезпеки. Наукова новизна роботи полягає у комплексному підході до аналізу цифровізації туризму із залученням міжнародного досвіду для подолання існуючих перешкод. Практичне значення результатів полягає у розробці конкретних рекомендацій щодо прискорення цифровізації туристичної галузі України, зокрема запропоновано активізувати державно-приватне партнерство, розширити програми цифрового навчання для підприємців та створити єдину національну інформаційно-аналітичну платформу, що сприятиме подальшому зростанню внутрішнього туризму в Україні.

**Ключові слова:** цифровізація туризму, внутрішній туризм, цифрові технології в туризмі, туристичні цифрові сервіси, цифровий розрив, туристична інфраструктура, цифрові компетенції, туристичний ринок України.

**Постановка проблеми та її актуальність.** Сучасний розвиток туристичної галузі України значною мірою залежить від глобальних трансформацій, зокрема цифровізації. Особливої актуальності цифровізація набула через пандемію COVID-19 і воєнну агресію, що змусили галузь переорієнтуватися на внутрішній туризм і прискорити впровадження цифрових рішень. Сьогодні цифрові технології є ключовим фактором підвищення конкурентоспроможності українського туристичного продукту, але процес їх впровадження стикається з проблемами цифрового розриву між регіонами, недостатньої інфраструктури, обмежених фінансових ресурсів, низьких цифрових компетенцій працівників галузі та нормативно-правових перешкод. Отже, питання ефективної цифровізації внутрішнього туризму є стратегічно важливим для забезпечення стійкості галузі та вимагає комплексного аналізу сучасного стану, узагальнення досвіду й розробки практичних рекомендацій.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематика цифровізації туризму привертає увагу як українських науковців. В українському науковому просторі за останні роки вийшло чимало праць, присвячених

впровадженню цифрових технологій у туристичну індустрію та оцінці їхнього впливу на розвиток галузі. Варто відзначити роботу Бойко М.В., Босовської М.В., Ведмідь Н.І. (та ін.), де здійснено комплексний аналіз впровадження цифрових технологій у туристичний бізнес України [1]. У цьому дослідженні наведено дані опитування менеджерів провідних турфірм і готелів країни, що підтвердили: цифровізація бізнес-процесів забезпечує відчутні переваги – від зростання виручки до розширення аудиторії. Габчак Н., Габчак С. фокусуються на внутрішньому туризмі у воєнний період і теж розглядає роль цифровізації [2]. Автори відзначають появу нових трендів попиту (короткотермінове планування, мандри до ближчих локацій, підвищений інтерес до екологічних та культурних маршрутів) та констатують, що цифрові сервіси стали ключовими у підтримці комунікації з туристом під час війни. Зокрема, онлайн-канали використовувалися для оперативного інформування про безпеку, перенаправлення потоків у безпечні регіони, промоції нових внутрішніх напрямів замість недоступних. У роботі Касян О. розглянуто становлення цифрового підприємництва у вітчизняному туризмі – від онлайн-бронювання до використання

стартап-платформ. Авторка підкреслює, що розвиток цифрових сервісів і стартапів у сфері туризму сприяє інноваціям і вимагає підтримки (освіти, інвестицій) для повного розкриття потенціалу галузі [6].

**Метою статті** є аналіз сучасного стану та перспектив цифровізації у внутрішньому туризмі України, визначення ключових цифрових інновацій, які вже використовуються в галузі, а також виявлення перешкод і факторів, що гальмують ефективно застосування цифрових технологій у туристичній сфері.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сучасна туристична галузь України активно залучена в процес цифрової трансформації на тлі глобальної діджиталізації економіки [1, с. 26]. Результати досліджень вказують на істотне зростання використання цифрових технологій у туристичному бізнесі України – в середньому на 72,2% щорічно. Туристичні оператори та готелі, особливо у великих містах, впроваджують безконтактні платежі, чат-боти, мобільні застосунки, онлайн-реєстрацію та VR-технології як невід’ємні елементи сервісу. Ці цифрові інструменти підвищують ефективність бізнес-процесів і вже стали звичними для багатьох подорожуючих. Зокрема, близько 78,7% туристів використовують цифрові рішення для планування мандрівок, а 59,5% – для орієнтації у DESTINAЦІЇ [1, с. 31].

В останні роки внутрішній туризм набув особливого значення, слугуючи своєрідним «крятивним колом» галузі під час криз. Дослідники відзначають, що в періоди пандемії та війни саме внутрішній туризм стає основним важелем підтримки туристичної сфери [2]. За даними Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ), понад 45% українців від початку повномасштабної війни подорожували країною з туристичною метою [11]. Галузь фактично переорієнтувалася на внутрішнього споживача, оскільки в умовах воєнних дій внутрішні подорожі залишаються найреальнішим сегментом. Попри воєнні ризики, лише 20% українців взагалі утримуються від поїздок через небезпеку [14], інші ж прагнуть відпочивати, водночас підтримуючи економіку країни. До війни внутрішній туризм не був домінуючим: скажімо, у 2019 році частка внутрішніх туристів становила лише 8,5% клієнтів туроператорів (на відміну від 90% виїзних) [9], а прямиий внесок туризму в ВВП складав лише ~3,5% [14]. Однак COVID-19 у 2020 р. та повномасштабне вторгнення 2022 р. змінили структуру ринку – внутрішні поїздки стали пріоритетними. Вже у 2021 р. фіксувалося поступове відновлення внутрішніх мандрівок, а після початку війни саме внутрішній туризм утримує галузь на плаву.

Статистичні показники підтверджують цю динаміку. Хоча у 2022 році доходи туристичної галузі впали (туристичний збір до бюджету склав 1,5 млрд грн, що на 31% менше, ніж у 2021 р. [11]), 2023–2024 роки демонструють зростання за рахунок внутрішнього ринку. Наприклад, у першому півріччі 2024 року українські готелі сплатили ~809 млн грн туристичного збору, що становить 65% усіх надходжень галузі і перевищує

показник навіть довоєнного 2021 року (665 млн грн за аналогічний період) [15]. За даними одного з найбільших туроператорів, у жовтні 2022-го попит на тури Україною був удвічі вищим, ніж роком раніше [10], а на зимові місяці 2022/23 рр. внутрішній туристичний попит зріс майже вдвічі у порівнянні з попереднім сезоном. Отже, попри всі виклики, внутрішній туризм в Україні демонструє стійкість та зростання, підтримуваний цифровими можливостями для планування і бронювання подорожей навіть у складні часи.

Україна впроваджує низку цифрових рішень та платформ, спеціально орієнтованих на туристів і мандрівників по країні. Серед найбільш помітних ініціатив – екосистема електронних послуг «Дія», яка хоча й не є суто туристичною платформою, проте суттєво спрощує життя мандрівникам. Мобільний застосунок «Дія» надає доступ до цифрових документів (паспорт, водійське посвідчення тощо), що офіційно визнаються при подорожах всередині країни (поселення в готелях, купівля квитків і т.д.). Крім того, на базі порталу «Дія» запроваджено спеціалізовані електронні послуги для туристичної галузі. З 2024 року Мінцифра перевела ліцензування туроператорської діяльності в онлайн: на Гіді з державних послуг доступні покрокові інструкції та форми для отримання, внесення змін чи анулювання ліцензії туроператора [8]. Ця цифрова послуга позбавляє підприємців необхідності витрачати час на паперові процедури і підвищує прозорість сектора.

Ще один важливий цифровий ресурс – національний туристичний портал Visit Ukraine. Онлайн-платформа VisitUkraine.Today стала сервісним хабом для іноземців, що подорожують Україною, та для українців, які планують поїздки за кордон [15]. На порталі представлені актуальні довідкові матеріали 24/7 – від правил в’їзду/виїзду, безпеки і страхування до рекомендацій щодо маршрутів та об’єктів для відвідування. Під час пандемії COVID-19 і в умовах воєнного стану Visit Ukraine оперативно інформував туристів про обмеження і безпекові заходи, фактично виконував роль «єдиного вікна» довідкової інформації. Такі цифрові канали зв’язку підвищують довіру туристів та спонукають подорожувати країною, знаючи про актуальну ситуацію.

Розвиваються і регіональні цифрові рішення. Причому, міста-лідери туризму створюють власні мобільні застосунки для гостей. Kyiv City Guide, Lviv Travel, Visit Lviv Region – приклади офіційних міських/регіональних порталів і апікацій, що пропонують інтерактивні мапи, аудіогіди, інформацію про маршрути, заклади та події. Ці сервіси часто доступні кількома мовами та враховують потреби внутрішніх туристів, пропонуючи і локальним мешканцям нові знання про рідний край.

Окрема сфера – креативні стартапи для мандрівників. Українські ІТ-ентузіасти розробляють інноваційні продукти, щоб зробити подорожі цікавішими. Один із таких проєктів – мобільний додаток WalQlike, запущений у 2020 році. WalQlike пропонує користувачам формат квест-прогулянок містом, коли турист виконує завдання, розгадує загадки і таким чином досліджує

локації [13]. Мета проєкту – «відкрити друге дихання внутрішньому туризму» України, показавши відомі міста з нового ракурсу, у вигляді інтерактивної гри. Застосунок підтримує українську та англійську мови, містить авторські маршрути у кількох містах (Київ, Львів, Одеса, Чернігів, Івано-Франківськ тощо) і спонукає як гостей, так і місцевих мешканців відкривати для себе маловідомі цікаві місця. Подібні гейміфіковані рішення стимулюють молодь та родини до подорожей всередині країни.

На рівні бізнесу та освіти також реалізуються цифрові ініціативи. За підтримки Мінцифри та національного проєкту Дія.Бізнес у листопаді 2021 року було запущено безкоштовний навчальний курс «Google для туризму: розвиток бізнесу онлайн» [7]. Програма з семи онлайн-тренінгів була орієнтована на малий і середній туристичний бізнес (готелі, ресторани, турфірми) і мала на меті навчити підприємців ефективно використовувати цифрові інструменти – від аналітики Google до соціальних мереж – для просування своїх послуг. Така співпраця держави з технологічними компаніями (Google) покликана подолати цифровий розрив у галузі та забезпечити навіть найменшим гравцям доступ до сучасних знань.

Загалом, цифрові сервіси нині охоплюють практично всі аспекти внутрішнього туризму: онлайн-бронювання транспорту і проживання, е-квитки до музеїв і на заходи, карти та навігація (Google Maps, 2GIS тощо), аудіогіди і AR/VR-тури визначними місцями, cashless-оплата в туристичних локаціях, чат-боти для консультацій мандрівників тощо. Все це формує цифрову екосистему, що робить подорожі Україною зручнішими, безпечнішими та привабливішими для різних категорій населення.

Аналіз статистики внутрішнього туризму України за останні п'ять років відображає вплив як глобальних, так і внутрішніх чинників. 2019 рік можна вважати відправною точкою довоєнного періоду: Україну відвідали приблизно 13,6 млн іноземних туристів, а українці активно подорожували за кордон (виїзний туризм тоді у десятки разів перевищував внутрішній) [3]. Внутрішній туристичний потік у 2019 р. оцінювався експертами в межах 8–10 млн внутрішніх туристів, хоча точний облік ускладнений тим, що багато поїздок здійснювалися самостійно, поза турфірмами. За даними туроператорів, організованими внутрішніми турами у 2019 скористалися лише близько 0,52 млн осіб (8,5% від 6,1 млн клієнтів турагентств) – це свідчить, що переважна більшість українців тоді обирала або закордонні поїздки, або самостійний відпочинок в Україні без послуг агенцій.

2020 рік приніс різкий спад туристичної активності через пандемію COVID-19. Введені локдауни та закриття кордонів практично зупинили міжнародний туризм, і внутрішні поїздки теж були мінімізовані в умовах карантинів. За оцінками Держстату, обсяг наданих туристичних послуг у 2020 р. скоротився більш ніж на 70% порівняно з 2019-м. Проте саме

тоді внутрішній туризм почав виокремлюватися як відносно безпечна альтернатива: після послаблення карантину влітку 2020 багато українців відкривали для себе відпочинок на природі, в межах країни, замість традиційних Туреччини чи Єгипту [4].

2021 рік став роком часткового відновлення. Відновили роботу готелі, курорти, туристичні бази, зріс попит на подорожі рідною країною, адже закордонні напрямки ще були ускладнені. ДАРТ ініціювало масштабне дослідження туристичних потоків всередині країни. Згідно з опитуваннями кінця 2021 р., внутрішній туристичний портрет виглядав так: мандрують переважно мешканці міст (особливо великих), найбільш активні – жителі східних та західних областей, трохи менш мобільні – центр і південь [4]. 68% поїздок українців були з метою відпочинку та дозвілля, при цьому 48% опитаних віддають перевагу пляжному відпочинку, 36% – екскурсійному туризму, 17% обирають подорожі в гори, а 14% їздять з метою лікування чи оздоровлення. Це підтверджує, що навіть до війни основним мотивом внутрішніх мандрівок був саме рекреаційний туризм (морські курорти, Карпатський регіон тощо). Виїзний туризм у 2021 теж частково відновився (18% громадян виїжджали за кордон хоча б раз протягом року), але загалом саме внутрішні поїздки стали драйвером галузі в умовах пандемії.

2022 рік – найскладніший, переломний для статистики. Через повномасштабне російське вторгнення в лютому 2022 туристична індустрія фактично зупинилася, особливо в першій половині року. Іноземний туризм зник майже повністю, виїзний трансформувався переважно у вимушену міграцію/евакуацію, а не відпочинок. Внутрішній туризм також різко скоротився навесні 2022, поступившись місцем евакуаційним переміщенням населення. Однак вже влітку 2022, після стабілізації ситуації в центральних та західних областях, галузь почала оживати на внутрішньому ринку. За опитуваннями, 26% українців у 2022 р. здійснили 1–2 туристичні поїздки по Україні, 12% – від 3 до 5 поїздок, а 7% – більше 5 поїздок. Близько 23% респондентів зазначили, що їхнє ставлення до подорожей війна не змінила зовсім, а 21% навіть вважають свої подорожі вкладом у підтримку економіки [11]. Разом з тим інша 21% група населення вимушено уникає будь-яких поїздок через питання безпеки. Статистика туризму 2022 відображена й у фінансових показниках: надходження туристичного збору до бюджету скоротилися до 1,25 млрд грн (–31%), а число активних платників податків у сфері туризму зменшилося на 17% (бізнес зазнав значних втрат) [11]. Найбільше постраждали регіони бойових дій – на Луганщині, Херсонщині туризм фактично перестав існувати (падіння зборів на 97–100%). Водночас відносно безпечні області заходу України стали прихистком для внутрішньо переміщених осіб і побачили зростання попиту на розміщення: напр. у Чернівецькій області сплата податків готелями за 1 кв. 2023 зросла на 98% рік до року. Ці цифри опосередковано підтверджують явище релокації



туристичного попиту всередині країни – зі сходу і півдня на захід.

2023 рік характеризується поступовою адаптацією внутрішнього туризму до умов війни. З'являються нові тенденції: українці планують поїздки спонтанніше (звужені часові рамки планування), відпочивають у менш чисельних компаніях або родинами, обирають ближчі та безпечніші локації [2]. Літо 2023 показало поживлення подорожей: за даними ДАРТ, 48% українців все ж мандрують саме влітку (сезон відпусток), тоді як навесні, восени та взимку частки значно менші (4%, 3% та 2% відповідно) [11]. Серед видів відпочинку на першому місці залишаються міський туризм і пішохідні прогулянки (54% опитаних надають їм перевагу), далі екскурсії по історичних місцях (28%), пляжний відпочинок (23%), подієвий туризм (фестивали тощо – 23%) та гастротури (22%). Активний туризм (гора, спорт) цікавить 16%, еко-туризм – 11%, а оздоровчий/рекреаційний – ~9%. Отже, навіть під час війни спектр внутрішнього туризму залишається різноманітним, хоча географія поїздок звузилась до відносно безпечних регіонів. Попит зосередився на Закарпатті, Прикарпатті, Львівщині, Буковині, частково на Одесі (в періоди загишся) та Полтавщині, деяких місцях центральної України. Для багатьох українців внутрішній туризм став не лише способом відпочинку, а й своєрідною «терапією» під час війни, можливістю психологічної розрядки.

Таким чином, за останні 3–5 років внутрішній туризм в Україні пройшов через екстремальні випробування, проте завдяки швидкій цифровізації та адаптивності попиту він зміг відносно втриматися. Цифрові платформи відіграли ключову роль у цьому відновленні, дозволивши оперативно переорієнтувати пропозицію і попит: за оцінками аналітиків, підвищення активності користування цифровими туристичними платформами має прямий позитивний ефект на відродження туристичної економіки [12]. Накопичений досвід і статистика останніх років стануть основою для формування нової туристичної політики у повоєнній Україні, де внутрішній туризм і надалі залишатиметься пріоритетним напрямом.

Незважаючи на очевидні успіхи і потенціал, процес цифровізації туризму в Україні стикається з низкою проблем та перешкод. Основні бар'єри можна згрупувати таким чином:

1. Нерівномірність розвитку та цифровий розрив. Більшість інновацій зосереджена у Києві, Львові, Одесі та інших туристичних центрах, тоді як малі громади та сільські зелені садиби часто залишаються осторонь цифрового прогресу. Як було зазначено, цифрові технології охоплюють передусім компанії у великих містах [1], тоді як у віддалених місцевостях бракує як інфраструктури, так і фахових навичок. Це призводить до того, що потенціал внутрішнього туризму в багатьох мальовничих куточках країни залишається нереалізованим – через відсутність інформації про них онлайн, проблеми з е-зв'язком, незнання місцевих підприємців

про інструменти просування. Подолання цього розриву є викликом для державної політики (необхідні програми підтримки цифровізації на місцях, навчання, гранти тощо).

2. Недостатня цифрова інфраструктура та доступ до інтернету. Якісний швидкісний інтернет і мобільний зв'язок – це основа для всіх цифрових сервісів. В Україні, на жаль, досі не всі туристичні території покриті стабільним зв'язком. Гірські райони Карпат, деякі сільські місцевості мають «білі плями» на мапі покриття 4G. Навіть популярні національні парки чи узбережжя подекуди страждають від повільного інтернету. Це стримує розвиток таких напрямів, як мобільні гіді чи цифрові платежі на локальному рівні. Розбудова цифрової інфраструктури (веб зв'язку, інтернет-доступу в туристичних локаціях) – важливе завдання, яке дослідження визначають як пріоритет для підвищення інвестиційної привабливості туристичної сфери [6]. Особливо критично це в умовах війни, коли багато мереж пошкоджено і потребують відновлення та модернізації.

3. Обмеженість фінансових ресурсів і інвестицій. Більшість суб'єктів туристичного бізнесу в Україні – це малі та середні підприємства (МСП), для яких впровадження сучасних IT-рішень може бути дорогим. Встановлення систем електронного бронювання, розробка мобільного додатку, навіть проста підтримка актуального вебсайту потребують коштів і компетенцій. Не всі підприємці готові інвестувати у цифрові новації, особливо в нестабільні часи. Деякі готелі чи музеї все ще працюють за старими схемами через брак фінансування на діджитал. Науковці пропонують для вирішення цієї проблеми модель кластеризації та кооперації: об'єднання малих гравців у кластери, спільні інвестиції у цифрові платформи, а також державно-приватне партнерство для залучення коштів [6]. Прискорена цифровізація МСП можлива за рахунок грантів, пільгового кредитування на IT-інновації, або ж спільних проектів із крупними компаніями (туристичні холдинги, мобільні оператори тощо). Наразі таких механізмів бракує, що гальмує повсюдне впровадження технологій.

4. Брак цифрових навичок і кадрів. Цифрова трансформація туризму вимагає компетентних фахівців, однак у галузі поширена проблема недостатнього рівня цифрових навичок, особливо у державному секторі та локальних туристичних підприємствах. Багато менеджерів готелів і власників садіб не володіють достатніми знаннями з онлайн-маркетингу, аналітики туристичних даних чи роботи із системами бронювання. Наявні освітні ініціативи, такі як курс «Google для туризму», є важливими, але їх недостатньо. В умовах відтоку IT-спеціалістів за кордон і мобілізації під час війни, гостро стоїть питання масштабнішого підвищення цифрової грамотності, створення тренінгових програм і освітніх платформ, а також формування стимулів для молодих фахівців залишатися в туристичному IT-секторі України.

5. Правові та організаційні бар'єри. В Україні не всі нормативні акти були готові до цифрових інновацій у туризмі. Наприклад, лише останніми роками вирішено питання юридичної сили електронних ваучерів, е-квитків, електронного документування туристичних послуг. Державна статистика туризму потребує оновлення методології з урахуванням онлайн-даних (наприклад, даних мобільних операторів про переміщення туристів, даних зі спеціалізованих сайтів). Робота в цьому напрямі триває: так, впровадження єдиного туристичного реєстру та електронної системи моніторингу туристичних потоків зазначені серед цілей Стратегії розвитку туризму до 2026 року [5]. Проте бюрократичні перепони і низька швидкість ухвалення рішень подекуди затримують цифрові реформи в галузі.

6. Питання кібербезпеки та надійності систем. Зі зростанням онлайн-операцій у туризмі зростають ризики витоку персональних даних, хакерських атак та шахрайства з електронними платежами. Це потребує значних інвестицій бізнесу в захист даних та відповідність міжнародним стандартам, таким як GDPR. У державному масштабі важливо гарантувати стабільну роботу ключових цифрових платформ, особливо в умовах війни та кібератак з боку агресора. Забезпечення кібербезпеки туристичних систем є обов'язковою умовою повноцінної цифрової трансформації галузі, включаючи створення резервних копій даних, захищених каналів зв'язку та страхових механізмів на випадок збоїв.

Підсумовуючи, бар'єри цифровізації туризму в Україні мають комплексний характер – від технологічних (інфраструктура) і економічних (фінанси) до соціальних (навички) та інституційних (регулювання). Вирішення кожного з них потребує цілеспрямованих зусиль влади, бізнес-спільноти та освітнього сектору. Науковці та експерти сходяться на думці, що подолання цих перепон є необхідною передумовою для повноцінного розкриття потенціалу внутрішнього туризму через цифрові технології. Зокрема, у дослідженні О. Касян рекомендовано прискорити розбудову цифрової інфраструктури, стимулювати ефективні МСП та водночас реорганізувати неефективні, впроваджувати сучасні моделі співпраці (кластери), що дозволить підвищити продуктивність та інноваційність галузі [6]. Таким чином, усунення бар'єрів створить міцний фундамент для цифрового прориву в туризмі.

Для кращого розуміння перспектив України доцільно зіставити її поступ у цифровізації туризму з міжнародним досвідом. У ЄС активно інтегруються цифрові технології через стратегію Digital Tourism Transition, створюються єдині туристичні портали (наприклад, France.fr, VisitBritain) та підтримуються TravelTech-стартапи. Міста Гельсінкі та Ліон стали переможцями конкурсу EU Smart Tourism Capital завдяки відкриттю туристичних даних для розробників, що стимулювало появу нових мобільних додатків. Азійський регіон демонструє значний прогрес: Китай лідирує у сегменті cashless-туризму (WeChat Pay, Alipay, Strip), а Південна Корея

і Японія успішно використовують робототехніку та IoT у туристичній інфраструктурі. В ОАЕ (Дубай) розвивають VR/AR-туризм, створюючи віртуальні тури та реконструкції історичних об'єктів. Міжнародний досвід також охоплює управлінські інновації: у Сингапурі працює спеціальна агенція Board of Tourism Digital Transformation, Естонія реалізує програму електронної резиденції, а Іспанія активно розвиває проєкт Smart Destination для курортів.

Для України міжнародні приклади є джерелом ідей та уроків. З одного боку, вони підтверджують: цифровізація туризму – глобальний процес, і відставання в ньому призводить до втрати конкурентних позицій. З іншого боку, досвід показує, що інвестиції в цифрові рішення окупаються через зростання туристичних потоків, податкових надходжень і покращення якості послуг [12]. Особливо повчальним для України є досвід країн, які, як і вона, мають багату культурну спадщину, але до недавнього часу були менш відвідуваними – наприклад, Грузії чи Хорватії. Грузія після 2010 року зробила ставку на digital marketing в просуванні внутрішнього та в'їзного туризму (кампанії в соцмережах, співпраця з travel-блогерами), що швидко дало результат – туристичний потік зріс, особливо серед молоді, котра дізналася про нові локації онлайн. Хорватія впровадила систему eVisitor – єдину онлайн-платформу для відстеження та аналізу всіх туристів, що прибувають і подорожують країною. Це дозволило отримувати актуальні дані про переміщення туристів по країні та краще координувати промоцію внутрішнього туризму (таку систему Україна також планує створити). Отже, на міжнародній арені цифровий туризм розглядається як запорука сталого розвитку галузі. Для внутрішнього туризму України врахування найкращих світових практик – від smart-дестинацій до e-маркетингу та аналітики – допоможе швидше подолати власні бар'єри та повною мірою інтегруватися у глобальну туристичну екосистему.

**Висновки.** Зібрана науково-аналітична база свідчить, що цифровізація виступає потужним рушієм розвитку внутрішнього туризму України. Поточний стан характеризується активним впровадженням технологій і адаптацією галузі до викликів (пандемії, війни), конкретні ініціативи – від державних порталів до креативних стартапів – вже зараз підтримують зростання внутрішніх подорожей. Статистика останніх років підтверджує стійкість попиту українців на подорожі за наявності цифрових можливостей для їх реалізації. Водночас на шляху цифрової трансформації залишаються проблеми нерівномірності, ресурсного та освітнього характеру, які потребують вирішення. Досвід інших країн показує напрям, в якому слід рухатися, та доводить ефективність цифрових інновацій у туризмі. Отримані дані та наведені джерела можуть слугувати основою для подальшої наукової роботи і написання статті, присвяченої цифровізації внутрішнього туризму в Україні, із ґрунтовними висновками та рекомендаціями для галузі.

### Список використаних джерел:

1. Бойко М.В., Босовська М.В., Ведмідь Н.І., Мельниченко С.В., Стопченко Я.В. Цифровізація: впровадження у туристичному бізнесі України. *Проблеми і перспективи менеджменту*. 2022. № 4. С. 24–41. DOI: [https://doi.org/10.21511/ppm.20\(4\).2022.03](https://doi.org/10.21511/ppm.20(4).2022.03) (дата звернення: 03.04.2025).
2. Габчак Н., Габчак С. Внутрішній туризм України: тенденції, проблеми та можливості розвитку у воєнний період. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 52. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-67> (дата звернення: 03.04.2025).
3. Державна прикордонна служба України. У 2019 році іноземні туристи залишили в Україні \$1,4 мільярда. *Мінфін*. Новина, 21.01.2020. URL: <https://salo.li/EB12423> (дата звернення: 03.04.2025).
4. Державне агентство розвитку туризму України. ДАРТ оприлюднює масштабні туристичні дослідження. *Блог ДАРТ*. 2022. Режим доступу: <https://www.tourism.gov.ua/blog/dart-oprilyudnyuie-masshtabni-turistichni-doslidzhennya> (дата звернення: 03.04.2025).
5. Кабінет Міністрів України. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження № 168-р від 16 березня 2017 р. Урядовий кур'єр. 2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text> (дата звернення: 10.04.2025).
6. Касян О. Аналіз факторів управління розвитком цифрового підприємництва в туризмі України: виклики та можливості. *Technology Audit and Production Reserves*. 2023. № 4/4(72). С. 12–19. DOI: <https://doi.org/10.15587/2706-5448.2023.286471> (дата звернення: 03.04.2025).
7. Міністерство цифрової трансформації України. Мінцифра запрошує на безоплатний курс «Google для туризму: розвиток бізнесу онлайн». Прес-реліз Мінцифри, 04.11.2021. URL: <https://thedigital.gov.ua/news/mintsifra-zaproshue-na-bezoplatniy-kurs-google-dlya-turizmu-rozvitok-biznesu-onlayn> (дата звернення: 03.04.2025).
8. Мінцифри: Державні послуги у сфері туризму — на Гіді. Міністерство цифрової трансформації України. 2024. URL: <https://guide.dii.gov.ua> (дата звернення: 10.04.2025).
9. У структурі туристичного потоку в Україні майже 80% становить внутрішній туризм – Державне агентство розвитку туризму. *Interfax-Україна*. 2020. URL: <https://interfax.com.ua/news/general/675392.html> (дата звернення: 10.04.2025).
10. Укрінформ. Внутрішній туризм в Україні зростає попри бойові дії. *Новина*, 22.11.2022. URL: <https://ukrinform.ua/rubric-economy/3619754-vnutrishnij-turizm-v-ukraini-zrostaє-popri-bojovi-dii.html> (дата звернення: 03.04.2025).
11. Forbes Україна. Внутрішній туризм: з початку війни понад 45% українців подорожували країною. *Новини*, 08.09.2023. URL: <https://forbes.ua/news/vnutrishnij-turizm-z-pochatku-viyni-ponad-45-ukraintsiv-podorozhuvali-krainoyu-08092023-15885> (дата звернення: 03.04.2025).
12. Google Ukraine. Increasing digital content use to drive domestic tourism in Ukraine. *Tourism Economics*. 2021. URL: [https://s3.amazonaws.com/tourism-economics/craft/Google\\_Ukraine\\_Final.pdf](https://s3.amazonaws.com/tourism-economics/craft/Google_Ukraine_Final.pdf) (дата звернення: 10.04.2025).
13. Nachasi.com. WalQlike – мобільний додаток для вивчення міста в форматі квест-прогулянки. 20.10.2020. URL: <https://nachasi.com/creative/2020/10/20/walqlike-app-excursion/> (дата звернення: 03.04.2025).
14. Tomej K., Bilynets I. Large-scale tourism transformations through regeneration: A living systems perspective on tourism developments in Ukraine during the war. *Annals of Tourism Research*. 2024. Vol. 109. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103856> (дата звернення: 10.04.2025).
15. Visit Ukraine. Туристична галузь України б'є рекорди посеред війни: яка сума податків надійшла до бюджету? *VisitUkraine.Today*, 02.08.2024. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/4465/> (дата звернення: 03.04.2025).

### References:

1. Boiko M. V., Bosovska M. V., Vedmid N. I., Melnychenko S. V., Stopchenko Ya. V. (2022) Tsyfrovyzatsiia: vprovadzhennia u turystychnomu biznesi Ukrainy [Digitization: Implementation in the tourism business of Ukraine]. *Problemy i perspektivy menedzhmentu*, 4, 24–41. DOI: [https://doi.org/10.21511/ppm.20\(4\).2022.03](https://doi.org/10.21511/ppm.20(4).2022.03) (accessed: 03.04.2025).
2. Habchak N., Habchak S. (2023) Vnutrishnii turizm Ukrainy: tendentsii, problemy ta mozhlyvosti rozvytku u voiennyi period [Domestic tourism in Ukraine: trends, problems and development opportunities during the war]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 52, 67–74. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-67> (accessed: 03.04.2025).
3. Derzhavna prykordonna sluzhba Ukrainy. (2020) U 2019 rotsi inozemni turysty zalyslyly v Ukraini \$1,4 miliarda [In 2019, foreign tourists left \$1.4 billion in Ukraine]. *Minfin*. Available at: <https://salo.li/EB12423> (accessed: 03.04.2025).
4. Derzhavne ahentstvo rozvytku turyzmu Ukrainy. (2022) DART oprilyudniuie masshtabni turystychni doslidzhennia [DART publishes large-scale tourism studies]. *Blog DART*. Available at: <https://www.tourism.gov.ua/blog/dart-oprilyudnyuie-masshtabni-turistichni-doslidzhennya> (accessed: 03.04.2025).
5. Kabinet Ministriv Ukrainy. (2017) Pro skhvalennia Stratehii rozvytku turyzmu ta kurortiv na period do 2026 roku: Rozporiadzhennia № 168-r vid 16 bereznia 2017 r. [On approval of the Strategy for the development of tourism and resorts until 2026: Directive № 168-r of March 16, 2017]. *Uriadovyi kurier*. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text> (accessed: 10.04.2025).
6. Kasian O. (2023) Analiz faktoriv upravlinnia rozvytkom tsyfrovoho pidpriemnytstva v turyzmi Ukrainy: vyklyky ta mozhlyvosti [Analysis of factors of managing the development of digital entrepreneurship in Ukraine's tourism: challenges and opportunities]. *Technology Audit and Production Reserves*, 4/4(72), 12–19. DOI: <https://doi.org/10.15587/2706-5448.2023.286471> (accessed: 03.04.2025).
7. Ministerstvo tsyfrovoi transformatsii Ukrainy. (2021) Mintsifra zaproshuie na bezoplatnyi kurs "Google dlia turyzmu: rozvytok biznesu onlain" [Ministry of Digital Transformation invites to free course "Google for Tourism: Business



Development Online”]. Available at: <https://thedigital.gov.ua/news/mintsifra-zapros hue-na-bezoplatniy-kurs-google-dlya-turizmu-rozvitok-biznesu-onlayn> (accessed: 03.04.2025).

8. Mintsifry: Derzhavni posluhy u sferi turyzmu — na Hidi [State services in the field of tourism — on the Diia Guide]. (2024) Ministerstvo tsyfrovoi transformatsii Ukrainy. Available at: <https://guide.diia.gov.ua> (accessed: 10.04.2025).

9. U strukturi turystychnoho potoku v Ukraini maishe 80% stanovyv vnutrishnii turyzm – Derzhavne ahentstvo rozvytku turyzmu [In the structure of tourist flow in Ukraine, almost 80% is domestic tourism – State Agency]. Interfax-Ukraina. (2020). Available at: <https://interfax.com.ua/news/general/675392.html> (accessed: 10.04.2025).

10. Ukrinform. (2022) Vnutrishnii turyzm v Ukraini zrostaie popry boiovi dii [Domestic tourism in Ukraine is growing despite hostilities]. Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3619754-vnutrisnij-turizm-v-ukraini-zrostaie-popri-bojovi-dii.html> (accessed: 03.04.2025).

11. Forbes Ukraina. (2023) Vnutrishnii turyzm: z pochatku viiny ponad 45% ukraintsiv podorozhuvaly krainoiu [Domestic tourism: since the beginning of the war, over 45% of Ukrainians have traveled across the country]. Available at: <https://forbes.ua/news/vnutrishnij-turizm-z-pochatku-viyni-ponad-45-ukraintsiv-podorozhuvali-krainoyu-08092023-15885> (accessed: 03.04.2025).

12. Google Ukraine. (2021) Increasing digital content use to drive domestic tourism in Ukraine. Tourism Economics. Available at: [https://s3.amazonaws.com/tourism-economics/craft/Google\\_Ukraine\\_Final.pdf](https://s3.amazonaws.com/tourism-economics/craft/Google_Ukraine_Final.pdf) (accessed: 10.04.2025).

13. Nachasi.com. (2020) WalQlike – mobilnyi dodatok dlia vyvchennia mista v formati kvest-prohulianky [WalQlike – a mobile app for exploring the city in quest-walk format]. Available at: <https://nachasi.com/creative/2020/10/20/walqlike-app-excursion/> (accessed: 03.04.2025).

14. Tomej K., Bilynets I. (2024) Large-scale tourism transformations through regeneration: A living systems perspective on tourism developments in Ukraine during the war. *Annals of Tourism Research*, 109. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103856> (accessed: 10.04.2025).

15. Visit Ukraine. (2024) Turystychna haluz Ukrainy b'ye rekordy posered viiny: iaka suma podatkv nadishla do biudzhetu? [Ukraine's tourism industry breaks records during war: how much tax revenue was collected?]. Visit Ukraine. Today. Available at: <https://visitukraine.today/uk/blog/4465/> (accessed: 03.04.2025).

### Roman Horchak

Private Higher Educational Institution “Kyiv University of Culture”

## DIGITIZATION OF DOMESTIC TOURISM IN UKRAINE: STATE, INITIATIVES AND ANALYTICS

*The article is dedicated to a comprehensive study of the digitalization process of domestic tourism in Ukraine, which is especially relevant in the context of global digital transformation, pandemic challenges, and ongoing military aggression. The purpose of the article is to analyze the current state and future prospects of digitalization in Ukrainian domestic tourism, identify key digital innovations already employed in the sector, and reveal obstacles and factors hindering the effective implementation of digital technologies in tourism. In the course of this research, the author conducted an in-depth analysis of official statistics regarding domestic tourism dynamics in Ukraine over the period from 2019 to 2024, highlighting how the COVID-19 pandemic and full-scale war have influenced internal tourist flows. Special attention is given to the evaluation of digital services and platforms such as the “Diia” ecosystem, Visit Ukraine portal, regional tourism mobile applications, and innovative startups actively introduced to support and stimulate domestic tourism, improving convenience and safety of travel experiences. The article critically reviews contemporary scientific publications by Ukrainian and international researchers regarding the impact of digitalization on tourism development, outlining the main barriers to digital progress in Ukraine's tourism sector, including uneven digital coverage, insufficient communication infrastructure, low levels of digital competencies among market participants, financial constraints faced by small and medium-sized businesses, regulatory and legal issues, and cybersecurity concerns. The scientific novelty of this work consists in a comprehensive approach to tourism digitalization analysis, incorporating international experiences to overcome existing challenges. The practical significance of the results obtained lies in developing specific recommendations for accelerating the digital transformation of Ukraine's tourism industry, including suggestions to intensify public-private partnerships, expand digital training programs for entrepreneurs, and establish a unified national information-analytical platform to facilitate further growth of domestic tourism in Ukraine.*

**Keywords:** tourism digitalization, domestic tourism, digital technologies in tourism, digital tourist services, digital divide, tourism infrastructure, digital competencies, Ukrainian tourism market.

Статтю подано до редакції 11.04.2025