



**Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок**

**УДК 338.48:336:004:339.92**

**DOI <https://doi.org/10.5281/zenodo.18447973>**

**Фінансові інструменти підтримки діджиталізації туристичних підприємств України в контексті євроінтеграції**

**Графська Орислава Іванівна**

доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки та менеджменту, ЗВО «Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського», вул. Костюшка, 11, м. Львів, 79007, Україна,  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8134-3771>

**Петришин Дмитро Юрійович**

викладач кафедри економіки та менеджменту, ЗВО «Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського», вул. Костюшка, 11, м. Львів, 79007, Україна,  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1607-1172>

**Боднар Роман Олегович**

аспірант, ЗВО «Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського», вул. Костюшка, 11, м. Львів, 79007, Україна,  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-3712-2796>

**Прийнято: | Опубліковано:**

**Анотація:** У статті здійснено науково-аналітичний огляд фінансових інструментів підтримки діджиталізації туристичних підприємств України в умовах глибоких кризових потрясінь та євроінтеграційних трансформацій.



Цифровізацію туризму в сучасних умовах обґрунтовано як інструмент підвищення конкурентоспроможності та інноваційності туристичних послуг, що одночасно забезпечує життєстійкість бізнесу, збереження його ринкової присутності та формування передумов для післявоєнного відновлення. Проаналізовано еволюцію наукових підходів до трактування цифровізації туристичних підприємств, розмежовано суміжні поняття «діджиталізація» та «цифрова трансформація», а також окреслено роль концепцій Tourism 4.0 і smart-дестинацій у формуванні сучасної моделі розвитку туристичної галузі.

Особливу увагу приділено характеристиці фінансових механізмів, що сприяють упровадженню цифрових технологій у діяльність туристичних підприємств, зокрема державним програмам пільгового кредитування, грантовим інструментам, державно-приватному партнерству, міжнародній фінансовій допомозі, податковим стимулам і місцевим ініціативам. Розкрито значення євроінтеграції як чинника розширення доступу українського туристичного бізнесу до програм і фондів Європейського Союзу, а також до глобальних ініціатив міжнародних організацій, спрямованих на підтримку цифрових проєктів малого і середнього бізнесу. Проаналізовано вплив воєнних викликів на фінансову підтримку цифровізації туризму та показано, що саме кризові умови стимулювали прискорене впровадження онлайн-сервісів, цифрового маркетингу та безконтактних технологій.

Зроблено висновок про необхідність переходу від фрагментарних заходів підтримки до формування цілісної стратегії фінансового забезпечення цифрової трансформації туристичної галузі України, узгодженої з європейськими стандартами сталого розвитку. Запропоновано напрями вдосконалення фінансової політики у сфері туризму, спрямовані на посилення інституційної спроможності, масштабування успішних цифрових практик та забезпечення довгострокової стійкості галузі в контексті євроінтеграції.



**Ключові слова:** цифровізація туризму, фінансові інструменти, туристичні підприємства, євроінтеграція, державна підтримка, міжнародна фінансова допомога, Tourism 4.0, smart-дестинації.

**Financial instruments for supporting the digitalisation of Ukrainian tourism enterprises in the context of European integration**

**Hrafksa Oryslava**

Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Economics and Management, Lviv State University of Physical Culture named after Ivan Bobersky, 11 Kostiushka St., Lviv, 79007, Ukraine,  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8134-3771>

**Petryshyn Dmytro**

Lecturer of the Department of Economics and Management, Lviv State University of Physical Culture named after Ivan Bobersky, 11 Kostiushka St., Lviv, 79007, Ukraine,  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1607-1172>

**Bodnar Roman**

Postgraduate Student, Lviv State University of Physical Culture named after Ivan Bobersky, 11 Kostiushka St., Lviv, 79007, Ukraine,  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-3712-2796>

**Abstract:** The article provides a scientific and analytical review of financial instruments supporting the digitalisation of Ukrainian tourism enterprises under conditions of profound crisis shocks and European integration transformations. It is substantiated that the digitalisation of tourism in the current context functions not only as a tool for enhancing the competitiveness and innovativeness of tourism services, but



also as a key factor of business resilience, market presence preservation, and preparation for post-war recovery. The evolution of scholarly approaches to the interpretation of tourism digitalisation is analysed, related concepts such as “digitalisation” and “digital transformation” are differentiated, and the role of the Tourism 4.0 concept and smart destinations in shaping a modern model of tourism sector development is outlined.

Particular attention is paid to the characterisation of financial mechanisms facilitating the implementation of digital technologies in the activities of tourism enterprises, including state-supported preferential lending programmes, grant instruments, public–private partnerships, international financial assistance, tax incentives, and local initiatives. The significance of European integration as a factor expanding access of Ukrainian tourism businesses to European Union programmes and funds, as well as to global initiatives of international organisations aimed at supporting digital projects of small and medium-sized enterprises, is highlighted. The impact of wartime challenges on the financial support of tourism digitalisation is analysed, demonstrating that crisis conditions have stimulated the accelerated adoption of online services, digital marketing, and contactless technologies.

The article concludes that there is a need to move from fragmented support measures towards the formation of a comprehensive strategy for the financial provision of the digital transformation of Ukraine’s tourism sector, aligned with European standards of sustainable development. Directions for improving financial policy in tourism are proposed, focusing on strengthening institutional capacity, scaling up successful digital practices, and ensuring the long-term resilience of the sector in the context of European integration.

**Keywords:** tourism digitalisation, financial instruments, tourism enterprises, European integration, state support, international financial assistance, Tourism 4.0, smart destinations.



**Постановка проблеми.** Українська туристична галузь за останні роки пережила безпрецедентні потрясіння: спочатку пандемія COVID-19 спричинила різке падіння туристичних потоків і зупинку подорожей, а згодом повномасштабна війна зумовила руйнування інфраструктури та зникнення традиційних ринків. В цих умовах актуальним стало пошук нових механізмів збереження та розвитку туризму, здатних забезпечити його життєстійкість і підготувати основу для післявоєнного відновлення. Одним із ключових інструментів виступає цифровізація, яка, на відміну від фізичної інфраструктури, може прогресувати навіть під час кризових обмежень і відкривати нові форми взаємодії з туристами. Світовий досвід доводить, що цифрові технології підвищують конкурентоспроможність та інноваційність туристичних послуг, сприяють персоналізації досвіду мандрівників і формуванню smart-дестинацій (інтелектуальних туристичних напрямів) [1]. Для України цифрова трансформація туризму набуває подвійного значення: з одного боку, це стратегічний чинник модернізації галузі та інтеграції у європейський туристичний простір, з іншого – потужний антикризовий інструмент підтримки малого і середнього бізнесу, збереження культурної спадщини та присутності України на міжнародній арені навіть у цифровому вимірі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій** свідчить про зростання наукової уваги до цифрової трансформації туристичних підприємств як чинника їх конкурентоспроможності, стійкості та інтеграції до європейського туристичного простору. У працях вітчизняних і зарубіжних авторів цифровізація туризму розглядається у взаємозв'язку з фінансовими механізмами підтримки, інноваційними моделями розвитку та інституційними умовами євроінтеграції, що формує методологічне підґрунтя для подальшого дослідження.

У наукових дослідженнях Салун М. та ін. [1] значну увагу приділено концепціям Tourism 4.0 і smart-дестинацій як системним векторам цифровізації туристичної галузі України в умовах європейської інтеграції. У роботі аргументовано, що впровадження цифрових технологій сприяє підвищенню



конкурентоспроможності туристичних дестинацій, розвитку інноваційних сервісів та узгодженню національної туристичної політики з європейськими стандартами, що безпосередньо актуалізує потребу у фінансовій підтримці цифрових рішень.

У контексті аналізу чинників ринкової стійкості туристичного бізнесу Тесленко Т. [2] зосереджує увагу на впливі інноваційності на рівень його конкурентоспроможності. Автор розглядає цифрові інструменти як важливе джерело формування ринкових переваг підприємств, підкреслюючи значення інвестицій у цифрові технології та управлінські інновації, що формує теоретичне підґрунтя для дослідження фінансових механізмів підтримки діджиталізації туристичних підприємств.

Проблематика діджиталізації у сфері послуг широко представлена в працях Графської О. та ін. [3], де проаналізовано ключові виклики та можливості впровадження цифрових технологій у діяльність підприємств. У дослідженні акцентовано увагу на дефіциті фінансових ресурсів і недостатньому рівні цифрових компетенцій персоналу, що підсилює актуальність застосування державних і міжнародних фінансових інструментів для підтримки цифрового розвитку туристичного бізнесу.

З позицій макроекономічної стійкості Кирилюк І. та ін. [4] розглядають цифрову трансформацію туризму як чинник геоекономічної стабільності України в умовах посткризового відновлення. Автори обґрунтовують, що цифровізація сприяє зміцненню позицій країни на міжнародному туристичному ринку, водночас наголошуючи на необхідності інституційної та фінансової підтримки цифрових проєктів у контексті євроінтеграційних процесів.

Концептуальні аспекти інноваційного розвитку закладів готельного господарства досліджено у працях Паски М. та ін. [5], де цифрові технології визначаються як основа модернізації сервісу й управлінських процесів. У роботі підкреслюється, що ефективне впровадження інновацій потребує належного інвестиційного та фінансового забезпечення, що безпосередньо корелює з



проблематикою фінансових інструментів підтримки цифровізації туристичного бізнесу.

У дослідженні Захарової Т. [6] акцент зроблено на впливі інформаційно-аналітичних систем на підвищення ефективності управління підприємствами готельно-ресторанного та туристичного секторів. Обґрунтовано, що використання цифрових управлінських рішень забезпечує оптимізацію бізнес-процесів і покращення якості управлінських рішень, що, своєю чергою, актуалізує потребу у фінансовому забезпеченні діджиталізації підприємств сфери туризму.

Фінансові аспекти розвитку туристичного ринку в умовах сучасних викликів розкрито у працях Романюк І. та ін. [7], де проаналізовано роль кредитних, інвестиційних і державних механізмів підтримки бізнесу. Автори підкреслюють необхідність адаптації цих інструментів до умов економічної нестабільності та воєнних ризиків, а також до зростаючих потреб цифрового оновлення туристичних підприємств.

У контексті цифрової економіки та євроінтеграції Нодь О. та ін. [8] розглядають розвиток готельно-ресторанного обслуговування як складову модернізації туристичної сфери. У дослідженні наголошено, що цифрові технології виступають важливим чинником оновлення сервісу та інтеграції українського туристичного бізнесу до європейського ринку, що потребує відповідного фінансового й інституційного супроводу.

Особливості інноваційного розвитку туризму України в умовах війни та євроінтеграції висвітлено у працях Омельчак Г. [9], де цифровізація визначається як ключовий інструмент адаптації галузі до кризових умов. Авторка підкреслює, що результативність інноваційних змін значною мірою залежить від доступу підприємств до фінансових ресурсів і державної підтримки.

Питання міжнародного співробітництва у сфері туризму і гостинності досліджує Семікіна М. [10], акцентуючи увагу на сучасних викликах та перспективах його розвитку. У роботі обґрунтовано роль європейських програм



і міжнародної фінансової допомоги у стимулюванні цифрових проєктів, що створює додаткові можливості для діджиталізації туристичних підприємств України.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Аналіз наукових досліджень і практик свідчить, що попри зростання уваги до цифровізації туристичних підприємств України, фінансові аспекти її підтримки залишаються опрацьованими фрагментарно. У більшості робіт фінансові інструменти розглядаються ізольовано, без формування цілісної системи їх поєднання та узгодження в межах єдиної стратегії цифрового розвитку туризму, особливо у сегменті малого і середнього бізнесу.

Недостатньо розкритими залишаються питання адаптації європейських фінансових механізмів підтримки діджиталізації до українських реалій з урахуванням воєнних ризиків, інституційних обмежень і нестабільності фінансового середовища. Водночас обмежено досліджено вплив війни на ефективність різних фінансових інструментів, зокрема в частині довгострокової стійкості цифрових інвестицій і управління ризиками.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Мета роботи - науково-аналітичний огляд фінансових інструментів, які забезпечують підтримку цифровізації українських туристичних підприємств в контексті євроінтеграції.

Для досягнення мети вирішено такі завдання:

- чітко дефінувати ключові поняття і розмежувати суміжні терміни;
- проаналізувати сучасні тенденції цифрової трансформації туризму та вимоги євроінтеграції;
- класифікувати основні фінансові інструменти, що сприяють цифровізації туристичного бізнесу;
- оцінити виклики воєнного часу і трансформаційні процеси в Україні та їхній вплив на фінансову підтримку цифрових змін;



- окреслити перспективні напрями та надати авторські рекомендації щодо зміцнення фінансової спроможності цифровізації туризму.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Цифровізація туристичних підприємств (діджиталізація) визначається як комплексне впровадження цифрових технологій у бізнес-процеси та сервісні практики турфірм, готелів і закладів гостинності, спрямоване на системну трансформацію їхньої діяльності. Зміст такого процесу охоплює оцифрування інформаційних ресурсів і автоматизацію операційних процедур, а також передбачає переосмислення моделей взаємодії з клієнтами, форматів надання туристичних послуг, підходів до маркетингу й управління на основі використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. Як зазначають дослідники, цифровізація виступає стратегічним чинником конкурентоспроможності й інноваційності туристичних підприємств на тлі глобальних і регіональних трансформацій [2]. Для чіткості варто відрізнити суміжні терміни: «діджиталізація» часто вживається як синонім цифровізації, тоді як «цифрова трансформація» акцентує на глибинних змінах бізнес-моделі під впливом цифрових технологій, а «digitization» (англ.) позначає вузько перетворення інформації в цифрову форму [3; 4]. Цифровізація туризму охоплює як технологічне впровадження (онлайн-платформи, мобільні додатки, електронні платежі, VR/AR-технології тощо), так і організаційно-управлінські нововведення, що разом створюють нову якість туристичного продукту.

У науковій літературі існують різні підходи до трактування цифровізації туризму залежно від регіональних особливостей. Європейська наукова школа акцентує увагу на концепції smart-дестинацій – інтелектуально керованих туристичних напрямів, де цифрові рішення служать сталому розвитку територій, покращенню якості туристичного досвіду та інтеграції ІКТ, сенсорних мереж і Big Data в управління дестинаціями. Натомість американські дослідники наголошують на платформених бізнес-моделях і персоналізації сервісів, а азійські – на масовому технологічному впровадженні (VR/AR, IoT, мобільні



додатки) за активної державної підтримки інновацій [1]. Українські науковці пропонують інтегральне бачення: цифровізація туристичної сфери трактується як поєднання інституційних реформ, розвитку цифрової інфраструктури, підготовки кадрів з новими компетенціями та впровадження прикладних IT-рішень задля підвищення глобальної конкурентоспроможності, з урахуванням таких бар'єрів, як фінансові, кадрові та організаційні [11].

Концепція Tourism 4.0 полягає в інтеграції технологій четвертої промислової революції (інтернету речей, штучного інтелекту, великих даних, віртуальної та доповненої реальності) у створення інноваційних туристичних екосистем [6]. Синергія дозволяє оптимізувати внутрішні процеси та впровадити нові формати туристичного досвіду (наприклад, інтерактивні VR-тури, смарт-навігацію), забезпечує сталість розвитку (зменшуючи антропогенне навантаження на довкілля, підвищуючи інклюзивність послуг, сприяючи збереженню культурної спадщини) та формує унікальні конкурентні переваги дестинацій. Цифровізація туризму – це багатовимірне явище, що охоплює і технологічні, і соціально-економічні аспекти; її впровадження вимагає системних змін на рівні підприємств, ринкових практик та державної політики.

Прагнення України до європейської інтеграції визначає стратегічний контекст цифровізації туристичної галузі. Європейський Союз розглядає діджиталізацію як важливий чинник конкурентоспроможності, сталості й стійкості туризму. У межах бачення “Європа – цифрове десятиліття” (Digital Decade 2030) ЄС окреслив цілі розвитку цифрових навичок, інфраструктури, бізнесу та електронних послуг. Оскільки переважна більшість туристичних підприємств – це МСП, євроінтеграція відкриває для України доступ до фондів і програм ЄС, що підтримують цифрові проекти малого бізнесу. Зокрема, передбачено фінансування інновацій у туризмі через такі програми, як Єдиний ринок та інші інструменти ЄС [12].

Всесвітня туристична організація (UNWTO) у 2022 році запустила програму Digital Futures for SMEs, покликану прискорити впровадження нових



технологій малими туристичними підприємствами (які складають ~80% галузі). Програма, розроблена спільно з провідними технологічними та фінансовими компаніями (зокрема Mastercard), має охопити до 1 млн туристичних МСП, забезпечуючи їх базовими навичками та знаннями для впровадження інновацій і новітніх технологій. За словами Генерального секретаря UNWTO Зураба Пололікашвілі, «Малі бізнеси є основою туризму, і ця програма допоможе їм відновитися після пандемії та рухати галузь уперед на основі інновацій та новітніх технологій» [13]. У рамках ініціативи UNWTO кожне підприємство може пройти цифровий аудит та отримати індивідуальні рекомендації з розвитку в п'яти ключових сферах (онлайн-активність, е-комерція, аналітика даних, цифрові платежі, кібербезпека).

Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) надає експертну підтримку цифровим реформам в Україні. За результатами її досліджень встановлено, що українські малі та середні підприємства суттєво поступаються великим компаніям за рівнем упровадження інформаційних технологій: власні вебсайти мають менш ніж третина малих фірм, тоді як серед великих підприємств цей показник сягає близько 70 %. Виявлений розрив актуалізує потребу в цілеспрямованому стимулюванні цифрової модернізації малого бізнесу. У рекомендаціях ОЕСР наголошується на доцільності формування ефективної екосистеми підтримки цифровізації, що охоплює розвиток цифрових навичок, програми навчання, а також надання грантів і ваучерів на впровадження ІТ-рішень з метою розкриття потенціалу технологій для економічного зростання малих підприємств [14].

Фінансові інструменти підтримки цифровізації туристичних підприємств в Україні реалізуються через державні програми. Ключовим інструментом підтримки МСП (у тому числі туристичних) є програма пільгового кредитування «Доступні кредити 5-7-9%». Завдяки державній компенсації відсоткової ставки вона суттєво знизила вартість позик для малого бізнесу. Зазначений механізм став одним із головних каналів фінансування підприємництва: близько 40%



сукупного портфеля кредитів українських МСП видано саме в межах програми “5-7-9%” [15]. Туристичні фірми активно користувалися цією можливістю для оновлення матеріально-технічної бази та впровадження онлайн-сервісів. Крім того, уряд періодично запускав грантові конкурси на підтримку цифрових інновацій (наприклад, гранти на створення IT-продуктів у сфері культури і туризму), однак їх масштаб поки обмежений. Натомість у стратегічних планах декларується посилення цифрового розвитку галузі: серед пріоритетів Міністерства інфраструктури та туризму на 2026 рік – цифровізація туристичної сфери з запуском Єдиного туристичного реєстру (ЄТР), що забезпечить прозорий електронний облік суб’єктів туризму та спростить їх взаємодію з державою [16].

Наступним фінансовим інструментом підтримки цифровізації туристичних підприємств в Україні є державно-приватне партнерство, що забезпечує поєднання державних і приватних ресурсів для реалізації цифрових проєктів. Спільні проєкти держави з приватними компаніями дозволяють залучати інвестиції та експертизу для цифрової модернізації туризму. Показовим є меморандум 2024 року між Міністерством відновлення України та компанією Mastercard, який передбачає співпрацю у відбудові та розвитку галузі, зокрема «цифровізації туристичної індустрії та розширенні цифрових послуг для МСП у сфері туризму» [17]. У межах цієї угоди Mastercard надає аналітичні дані й технологічні рішення (системи безготівкових платежів, маркетингові інструменти тощо) для зміцнення туристичної інфраструктури та бізнесу. Подібні PPP-проєкти можуть стосуватися створення міських туристичних порталів, мобільних застосунків, впровадження cashless-інфраструктури в DESTINATIONАХ. Експерти наголошують, що гнучкі партнерські моделі дозволяють досягати результатів, недосяжних лише за рахунок державних коштів, особливо в умовах обмеженості ресурсів [14].

Важливим фінансовим інструментом підтримки цифровізації туристичних підприємств в Україні є міжнародна фінансова допомога. Завдяки євроінтеграції



Україна отримує доступ до ресурсів міжнародних фінансових інституцій і донорів для відновлення та цифрового розвитку бізнесу. ЄБРР, ЄІБ, Світовий банк уже надали Україні багатомільярдні пакети підтримки, частина яких спрямована на програми кредитування й гранти для МСП. Діють спеціальні ініціативи ЄС (зокрема, EU4Business, EU4Digital) та USAID (програма «Конкурентоспроможна економіка України»), що співфінансують проекти цифрового маркетингу, навчання та інновацій у туризмі. Крім того, транскордонні програми (наприклад, ENI CBC) фінансують спільні проекти України з сусідніми державами. Приміром, за програмою Румунія–Україна виділено кошти на створення інтерактивних мап і віртуальних 3D-турів для популяризації культурної спадщини прикордонних регіонів [18]. Такі грантові проекти не лише підвищують привабливість туристичного продукту, а й розвивають цифрові компетенції учасників. Загалом, за оцінками, частка міжнародної допомоги (грантів, пільгових кредитів тощо) наразі становить понад 10% сукупного обсягу доступного фінансування бізнесу в Україні, суттєво доповнюючи внутрішні ресурси [15].

Повномасштабна війна завдала українському туризму глибоких втрат: у 2022 році галузь практично зупинилася, внутрішні та міжнародні туристичні потоки обірвалися. Багато підприємств сфери гостинності вимушено зачинилися або перепрофілювалися під гуманітарні потреби. У таких умовах цифровізація перетворилася на чинник виживання: компанії, що змогли перейти на онлайн-продажі, запровадити дистанційне бронювання, вийти на нові аудиторії через інтернет, отримали шанс продовжити діяльність.

Нинішня криза зумовлює потребу у впровадженні гнучких фінансових інструментів підтримки, спрямованих на стимулювання попиту, відновлення інфраструктури та пожвавлення підприємницької діяльності поряд із традиційними заходами державної допомоги. До таких інструментів належать таргетовані механізми – інвестиційні гранти, програми спільного фінансування проектів з міжнародними донорами, податкові стимули для відбудови



туристичного бізнесу. Необхідно адаптувати фінансову політику до умов високої невизначеності, запроваджувати гнучке бюджетне планування та страхування ризиків. Важливою умовою ефективності є координація зусиль держави, бізнесу і громади, що дозволить максимально використати наявні ресурси й відновити довіру до галузі. Уже спостерігаються успішні кейси: у відносно безпечних західних регіонах (Карпати, Закарпаття) за підтримки донорів реалізуються проекти сталого туризму – розробляються нові маршрути з цифровою навігацією, встановлюються аудіогіди, створюється сучасна велоінфраструктура [7]. На деокупованих територіях коштом міжнародної допомоги відновлюються зруйновані музеї, парки, історичні пам'ятки, причому відбудова поєднується з діджиталізацією (інтерактивні експозиції, онлайн-формати роботи тощо).

Війна стала чинником прискорення загальної цифрової трансформації суспільства й держави, що проявилось у широкому впровадженні електронних сервісів, зокрема використанні застосунку «Дія» для цифрових документів і послуг, а також у переведенні значної частини процесів в онлайн-формат. Зазначені зміни сприяли підвищенню рівня цифрової грамотності та зростанню готовності бізнесу до інновацій, формуючи важливий ресурс для післявоєнного відновлення туристичної галузі та прискорення інтеграції України до європейського туристичного простору.

Виклики війни парадоксально стимулювали інновації. Український туризм, пройшовши через найважчу кризу, отримує шанс «перезавантажитися» на сучасних засадах – з опорою на цифрові технології, гнучкі фінансові механізми та європейські стандарти розвитку. У післявоєнній перспективі ефективне поєднання внутрішніх і зовнішніх фінансових інструментів створить умови для відновлення втраченого потенціалу туристичної галузі та забезпечить її перехід на якісно новий рівень розвитку.

**Висновки.** Цифрову трансформацію слід розглядати як необхідну умову підвищення конкурентоспроможності та інноваційності українського туризму в сучасних реаліях, що виконує роль стратегічного інструменту адаптації до



посткризового середовища та забезпечує підприємствам гнучкість, стійкість і спроможність формувати персоналізований високоякісний туристичний продукт. Євроінтеграційний чинник суттєво підсилює імператив цифровізації: орієнтація на європейські стандарти (smart-дестинації, сталість, цифрові послуги) задає напрям реформ, а доступ до програм і фондів ЄС відкриває нові джерела фінансування інновацій.

В Україні діють основні фінансові інструменти підтримки діджиталізації туризму, але їхній потенціал реалізовано не повністю. Державні програми (як-от “5-7-9%”) забезпечили базову підтримку МСП, однак потребують налаштування під інвестиційні потреби цифрового розвитку. Механізми державно-приватного партнерства та грантові проекти довели ефективність на окремих прикладах і їх варто масштабувати на інші регіони та напрями. Міжнародна допомога відіграла критичну роль під час війни, наповнивши галузь ресурсами та експертизою; утім, для стійкості підтримку слід інституціоналізувати – наприклад, створити цільовий фонд цифрового розвитку туризму за участю донорів і держави.

Воєнні потрясіння, хоча й завдали важкого удару індустрії, водночас підштовхнули до швидких змін: галузь вимушено опановує онлайн-інструменти, переорієнтовується на внутрішній і прикордонний туризм, впроваджує нові формати (віртуальні тури, безконтактні послуги) – це тенденції, які слід закріпити та розвинути в повоєнний період.

Вважаємо, що фінансова підтримка цифровізації туризму має стати одним із пріоритетів секторальної політики на найближчі роки. Потрібно перейти від точкових заходів до цілісної стратегії, яка об’єднає різні інструменти в єдиний комплекс – від навчання персоналу і грантового стимулювання ІТ-рішень до пільгового кредитування і податкових заохочень для масштабування успішних проектів. Серед конкретних кроків можна запропонувати впровадження адресних ваучерів для туристичних МСП на придбання або розробку цифрових продуктів; податкові стимули для бізнесів, що інвестують у ІТ; активізацію співпраці з міжнародними фінансовими організаціями задля запуску «змішаних»



схем фінансування, де гранти знижують ризики для приватних інвесторів у туристичних стартапах; а також посилення інституційної спроможності – створення при державних органах спеціалізованих фондів чи структур, відповідальних за залучення інвестицій і грантів у цифрові проєкти туризму.

Отже, лише спільні зусилля держави, бізнесу та суспільства щодо пріоритету цифрового розвитку туризму забезпечать відродження української індустрії гостинності та її гідне місце у європейському і світовому туристичному просторі.

### Список використаних джерел

1. Салун М. М., Тимошенко К. В. Tourism 4.0 і Smart-дестинації як вектори цифровізації туристичної галузі України у європейському інтеграційному просторі. *Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry*. 2025. № 3(17). С. 160–166. URL: <https://www.journals.chdtu.ck.ua/index.php/itsf/article/download/213/198>
2. Тесленко Т. Вплив інноваційності на конкурентоспроможність туристичного бізнесу. *Науково-теоретичний альманах «Грані»*. 2025. Т. 28, № 6. С. 79–86. URL: <https://grani.org.ua/index.php/journal/article/download/2281/2266>
3. Графська О. І., Холявка В. З., Коркуна І. І., Боднар Р. О. Діджиталізація у сфері послуг: виклики і можливості. *Ефективна економіка*. 2025. № 3. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/5996>
4. Кирилюк І., Барвінок Н. Цифрова трансформація туризму як фактор геоекономічної стійкості України в умовах відновлення. *Економічні горизонти*. 2025. № 4(33). С. 168–182. URL: <http://eh.udpu.edu.ua/article/download/346585/333587>
5. Паска М., Графська О., Запісоцький А. Концептуальні засади розвитку закладів готельного господарства в інноваційному форматі. *Економіка та суспільство*. 2025. № 71. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/5589/5528>



6. Захарова Т. Вплив інформаційно-аналітичних систем на ефективність управління підприємств готельно-ресторанного та туристичного бізнесу. *Scientific Notes of Lviv University of Business and Law*. 2025. № 44. С. 604–611. URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/download/1719/1498>
7. Романюк І., Гаврилюк В. Фінансові механізми розвитку ринку туристичних послуг в умовах сучасних викликів. *Успіхи і досягнення у науці*. 2025. № 5(15). С. 1310–1320. URL: <https://perspectives.pp.ua/index.php/sas/article/download/24382/24357/31045>. DOI: [https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-5\(15\)-1310-1320](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-5(15)-1310-1320)
8. Нодь О. Л., Стегней М. І., Бергхауер О. О. Розвиток готельно-ресторанного обслуговування в контексті розвитку цифрової економіки та євроінтеграції. *Економічний простір*. 2025. № 200. С. 221–226. URL: [http://dspace-s.msu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/13081/1/200-221-226-nod\\_merged.pdf](http://dspace-s.msu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/13081/1/200-221-226-nod_merged.pdf)
9. Омельчак Г. Особливості інноваційного розвитку туризму України в умовах війни та євроінтеграції. *Сталий розвиток економіки*. 2023. № 1(46). С. 106–109. URL: <https://www.economdevelopment.in.ua/index.php/journal/article/download/626/600>
10. Семикіна М. Міжнародне співробітництво України у сфері туризму і гостинності: сучасні виклики та перспективи. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)*. 2024. № 6. С. 88–92. URL: <http://es.khpi.edu.ua/article/download/342972/330912>
11. Попадинець Н. М., Бондаренко В. М., Курей О. А., Маргітич В. В., Графська О. І. Цифровізація маркетингу та менеджменту в бізнесі: роль штучного інтелекту. *Актуальні проблеми інноваційної економіки та права*. 2025. № 1. С. 60–64. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/72579>
12. European Commission. Digital transition of tourism. *Mobility and Transport*. URL: [https://transport.ec.europa.eu/tourism/transition-eu-tourism/digital-transition-tourism\\_en](https://transport.ec.europa.eu/tourism/transition-eu-tourism/digital-transition-tourism_en)



13. World Tourism Organization. World Tourism Organization launches digital futures program for SMEs. *Tornos News*. 17 May 2022. URL: <https://tornosnews.gr/en/businesses/travel-tech/47192-world-tourism-organization-launches-digital-futures-program-for-smes.html?print>
14. OECD. Enhancing resilience by boosting digital business transformation in Ukraine. Paris : OECD Publishing, 2024. URL: [https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2024/05/enhancing-resilience-by-boosting-digital-business-transformation-in-ukraine\\_c2e06e50/4b13b0bb-en.pdf](https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2024/05/enhancing-resilience-by-boosting-digital-business-transformation-in-ukraine_c2e06e50/4b13b0bb-en.pdf).
15. Landa V., Levchenko Y., Myronenko O. Access to financing for small and medium enterprises in Ukraine. Policy paper. June 2024. URL: <https://ces.org.ua/wp-content/uploads/2024/07/access-to-financing-for-small-and-medium-enterprises-in-ukraine.pdf>
16. Міністерство розвитку громад, територій та інфраструктури України. Розвиток туристичної галузі та посилення міжнародної співпраці. 18 грудня 2025 р. URL: <https://mindev.gov.ua/news/rozvytok-turystychnoi-haluzi-ta-posylennia-mizhnarodnoi-spivpratsi>
17. Mastercard. Ministry for Restoration of Ukraine and Mastercard to cooperate on restoring the tourism industry. *Mastercard Newsroom*. 12 June 2024. URL: <https://www.mastercard.com/ca/en/news-and-trends/press/2024/june/mastercard-insights-will-contribute-to-ukraines-economic-recovery-via-tourism.html>
18. Development of cross-border cooperation in promoting objects of historical and cultural heritage in the cross-border territory of Romania and Ukraine (HE-CROSS). Programme 2014–2020 Romania–Ukraine ENI CBC. Keep.eu. Updated 29 November 2023. URL: <https://keep.eu/projects/24881/Development-of-cross-border-EN/>