



Менеджмент

УДК 338.48:004.8:658.8

DOI <https://doi.org/10.5281/zenodo.17059994>

**Інтеграція цифрових технологій та штучного інтелекту в управлінні
туристичними проєктами: концептуальні засади та практичні
результати**

Худо Володимир Володимирович,

кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри туризму,
Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна, <https://orcid.org/0009-0000-3971-7373>

Прийнято: 14.07.2025 | Опубліковано: 29.07.2025

Анотація. Цифрові технології та штучний інтелект стають ключовими драйверами трансформації туристичної галузі, змінюючи традиційні моделі управління та створюючи нові формати взаємодії з клієнтами. У сучасних умовах туристичні компанії змушені швидко адаптуватися до динамічних ринкових змін, використовуючи алгоритмічні рішення, автоматизовані системи аналізу та аналітичні платформи для забезпечення ефективності операційних і стратегічних процесів. **Метою** дослідження є визначення впливу цифрових технологій і штучного інтелекту на управління туристичними проєктами і формування практичних рекомендацій щодо їх застосування на етапах планування, реалізації й моніторингу. **Методи.** Методологічна основа роботи передбачає використання системного підходу, порівняльного аналізу інноваційних технологій, кейс-методів упровадження інтелектуальних рішень у туризмі, моделювання туристичних потоків, а також аналітичної оцінки результативності штучного інтелекту в процесах прийняття управлінських



рішень. **Результати.** У ході дослідження виявлено, що застосування цифрових інструментів і когнітивних технологій забезпечує автоматизацію рутинних операцій, підвищує точність прогнозування попиту та дозволяє створювати персоналізовані туристичні пропозиції на основі великих даних. ШІ-системи сприяють інтеграції різномірної інформації, оптимізації розподілу ресурсів і зниженню витрат на управління проектами, водночас покращуючи якість комунікації між учасниками туристичного процесу. Наукова новизна дослідження полягає у запропонованій багаторівневій фінансовій моделі, що поєднує алгоритми машинного навчання, прогнозу аналітику та КРІ-метрики для підвищення стійкості туристичних підприємств. **Висновки.** Проведене дослідження підтвердило стратегічне значення цифрових технологій і штучного інтелекту для підвищення ефективності управління туристичними програмами, проте акцентувати слід не лише на впровадженні наявних рішень, а й на пошуку нових підходів до їх інтеграції. Перспективними напрямками подальших досліджень є: розвиток адаптивних моделей управління, що базуються на прогнозній аналітиці; розроблення систем підтримки прийняття рішень із використанням машинного навчання; впровадження віртуальних і доповнених середовищ для покращення клієнтського досвіду; аналіз кібербезпеки та етичних аспектів застосування штучного інтелекту в туризмі. Очікується, що розширене використання ШІ-платформ і цифрових екосистем сприятиме створенню більш гнучких і стійких бізнес-моделей, здатних відповідати викликам глобальної конкуренції та новим потребам туристів.

Ключові слова: цифрова трансформація, штучний інтелект, управління проектами, туристичний бізнес, інноваційні технології, ефективність.

Integration of digital technologies and artificial intelligence in tourism project management: conceptual foundations and practical outcomes



Volodymyr Khudo,

Candidate of Economic Sciences, Docent, Professor of the
Department of Tourism, Ivan Franko National University of Lviv,
Lviv, Ukraine, <https://orcid.org/0009-0000-3971-7373>

Abstract. Digital technologies and artificial intelligence are becoming key drivers of transformation in the tourism industry, altering traditional management models and creating new formats of customer interaction. In modern conditions, tourism companies are compelled to rapidly adapt to dynamic market changes, utilizing algorithmic solutions, automated analysis systems, and analytical platforms to optimize the efficiency of operational and strategic processes. The **purpose of this study** is to investigate the impact of digital technologies and AI on the management of tourism projects, and to formulate practical recommendations for their application at the planning, implementation, and monitoring stages. **Methods.** The methodological basis of this work involves the use of a systems approach, comparative analysis of innovative technologies, case studies for implementing intelligent solutions in tourism, modeling of tourist flows, and an analytical assessment of the effectiveness of AI in management decision-making processes. **Results.** The study found that the use of digital tools and cognitive technologies provides automation of routine operations, increases the accuracy of demand forecasting and allows creating personalized tourism offers based on big data. Intelligent systems contribute to the integration of disparate information, the optimization of resource allocation, and the reduction of project management costs, while improving the quality of communication between participants in the tourism process. The scientific novelty of the study lies in the proposed multi-level financial model that integrates machine learning algorithms, predictive analytics, and KPI metrics to enhance the resilience of tourism enterprises. **Conclusions.** The study confirmed the strategic importance of digital technologies and AI for enhancing the efficiency of tourism program management; however, the emphasis should be placed



not only on implementing existing solutions, but also on finding new approaches to their integration. Promising areas for further research include the development of adaptive management models based on predictive analytics, the creation of decision support systems utilizing machine learning, the implementation of virtual and augmented environments to enhance customer experience, and the analysis of cybersecurity and ethical considerations surrounding the use of AI in tourism. It is expected that the expanded use of intelligent platforms and digital ecosystems will contribute to the creation of more flexible and sustainable business models that can meet the challenges of global competition and the changing needs of tourists.

Keywords: digital transformation, artificial intelligence, project management, tourism business, innovative technologies, efficiency.

Постановка проблеми. Туристична індустрія розвивається в надзвичайно динамічному середовищі, де зростає конкуренція та постійно змінюються очікування споживачів. У таких умовах традиційні методи управління туристичною діяльністю вже не здатні забезпечити належний рівень гнучкості, ефективності використання ресурсів і формування конкурентних переваг. Цифрові технології та штучний інтелект (ШІ) відкривають широкі можливості для автоматизації процесів, підвищення точності прогнозування туристичних потоків і створення персоналізованих продуктів. Водночас їх застосування потребує не лише технічного впровадження, а й системного підходу, що передбачає оцінювання реального впливу таких рішень на управлінські процеси.

Особливої актуальності дослідження набуває у контексті післявоєнного відновлення туризму в Україні, коли цифрові рішення можуть стати каталізатором швидкого відновлення інфраструктури та бізнес-процесів.

Ключовою проблемою є відсутність комплексних методичних підходів до інтеграції цифрових інструментів та ШІ на всіх етапах управління туристичними проектами – від планування і реалізації до моніторингу та



оцінювання результатів. Це зумовлює потребу в дослідженні, яке дозволить визначити оптимальні стратегії використання сучасних технологічних рішень і перевірити їх практичну ефективність у діяльності туристичних організацій різного масштабу.

Наукова значущість проблеми полягає в розвитку концептуальних засад цифрового менеджменту в туризмі, вдосконаленні методів оброблення великих даних і впровадженні ШІ-підтримки прийняття рішень. Практичний сенс визначається можливістю підвищення ефективності управління, раціоналізації використання ресурсів і поліпшення якості туристичних послуг. Розв'язання цієї проблеми сприятиме формуванню нових стандартів управління туристичною діяльністю в умовах цифрової економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження цифрових технологій та ШІ в управлінні туристичною діяльністю є актуальним напрямом сучасної науки про туризм і менеджмент. Зокрема, О. Радченко та С. Горбаченко [1] висвітлюють стратегії розвитку туристичної галузі України в умовах невизначеності, підкреслюючи роль стратегічного планування в підвищенні стабільності сектора. Гібридні моделі управління проектами в умовах сталого розвитку та цифрової економіки аналізують І. Мартиняк та І. Бакушевич [2], висвітлюючи переваги поєднання традиційних та цифрових методів управління. В. Торяник [3] у колективній монографії зосереджує увагу на державному управлінні туристичною сферою в Україні, наголошуючи на необхідності адаптації організацій до сучасних економічних та технологічних умов. М. Гакова [4] досліджує міжнародні готельні мережі, висвітлюючи їх сутність та особливості функціонування в глобалізованому середовищі, що демонструє практичну значущість використання цифрових інструментів для підвищення конкурентоспроможності. І. Сазонець та В. Потьомкіна [5] досліджують державне та інституційне регулювання курортної сфери в Україні, акцентуючи на ролі законодавчих і управлінських інструментів у розвитку туристичних послуг. А. Андрієнко [6] аналізує впровадження



концепції «Smart City» в управлінні великими містами України, показуючи можливості цифрової трансформації міської інфраструктури для покращення туристичного менеджменту.

Стратегічні підходи до використання маркетингу для розвитку малого бізнесу, що демонструють перспективи цифрових інструментів у просуванні туристичних послуг, досліджує Ю. Рибальченко (Y. Rybalchenko) [7]. Своєю чергою К. Касьяненко (K. Kasianenko) [8] вивчає вплив медійного образу на сприйняття бренду в цифровому середовищі, наголошуючи на важливості інтеграції інформаційних стратегій для підвищення конкурентоспроможності. О. Моргулець, О. Шевченко та Я. Агеев [9] аналізують стратегії розвитку туристичного бізнесу України в умовах геополітичної нестабільності, підкреслюючи необхідність адаптації бізнес-моделей до змін зовнішнього середовища. Л. Матвійчук [10] у колективній монографії розглядає перспективи розвитку туризму в Україні та світі, акцентуючи на інтеграції управлінських моделей і цифрових технологій. Сучасні тенденції розвитку внутрішнього туризму досліджують А. Зарубіна, Ю. Онойко та Н. Щербатюк [11], визначаючи ключові фактори зростання туристичної активності в Україні. В. Худо [12] у своїй роботі розглядає сучасні підходи до організації та оптимізації управлінських процесів, підкреслюючи роль інноваційних рішень у підвищенні ефективності проектного менеджменту. Г. Фесенко [13] досліджує проблеми та перспективи розвитку туризму в Херсонському регіоні в контексті післявоєнного відновлення, що дозволяє визначити пріоритетні заходи та ефективні стратегії відновлення туристичної інфраструктури. О. Васильєва, С. Домашенко і Т. Каптюх [14] оцінюють перспективи розвитку туристичної галузі України в післявоєнний період, наголошуючи на інтеграції інноваційних та цифрових технологій у стратегічне управління.

Особливої уваги заслуговує дослідження Zhang X. H., Wu K.-S., He M. [15], яке демонструє вплив фінансової стійкості на корпоративні результати з використанням квантильного регресійного підходу, що є важливим для



розробки фінансових моделей у туристичному бізнесі, зокрема в умовах цифрової трансформації та нестабільності ринку.

Аналіз літератури свідчить про позитивний вплив цифровізації на оптимізацію управлінських процесів, підвищення точності прогнозування туристичних потоків і розвиток персоналізованих сервісів. Водночас існує значна прогалина в системному застосуванні інноваційних інструментів на всіх етапах управління туристичною діяльністю.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз сучасних досліджень у сфері цифрових технологій та ШІ в управлінні туристичною діяльністю свідчить, що більшість робіт зосереджено на певних аспектах, як-от державне регулювання, маркетингові стратегії або використання окремих цифрових інструментів. Незважаючи на значний науковий внесок, відсутні комплексні методики інтеграції цифрових технологій і ШІ-інструментів на всіх етапах управління туристичними ініціативами – від планування та прогнозування до реалізації та оцінювання ефективності. Недостатньо досліджено також вплив ШІ на персоналізацію туристичних продуктів і прийняття управлінських рішень у практичних умовах організацій. Крім того, обмежене аналітичне оцінювання економічних та організаційних ефектів впровадження цифрових рішень у туризмі створює прогалини у формуванні рекомендацій для практичного використання.

Нерозглянуті аспекти є критично важливими для розуміння загальної проблеми, оскільки саме комплексна інтеграція цифрових та інформаційних технологій визначає ефективність управлінських процесів, адаптивність організацій до змін ринку та формування конкурентних переваг. Усунення цих прогалин дозволить створити науково обґрунтовані методичні рекомендації, що забезпечать системність та інтеграцію інноваційних рішень у туристичний менеджмент.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження впливу цифрових технологій та ШІ на ефективність управління



туристичною діяльністю та розроблення методичних рекомендацій щодо їх практичного застосування на різних етапах реалізації туристичних ініціатив.

Для досягнення мети дослідження передбачено виконання таких завдань:

- 1) визначити ключові фактори та показники, що впливають на ефективність управління туристичною діяльністю в умовах цифрової трансформації, та розробити методологічний підхід до побудови інтегрованої моделі управління, яка поєднує використання цифрових технологій, ШІ-інструментів, аналітичних метрик і механізмів адаптації до ринкових ризиків;
- 2) оцінити практичну ефективність цифрових інструментів і ШІ-систем у підвищенні продуктивності та якості управлінських рішень;
- 3) дослідити вплив інтеграції цифрових рішень на адаптивність організацій до змін ринку та формування стратегічних переваг;
- 4) розробити методичні рекомендації щодо оптимального застосування цифрових технологій у туристичних організаціях.

Реалізація поставлених завдань забезпечить науково обґрунтовані підходи до інтеграції інноваційних технологій в туристичний менеджмент, сприятиме підвищенню ефективності управління туристичною діяльністю та формуванню практичних інструментів для забезпечення конкурентоспроможності організацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стрімкий технологічний розвиток докорінно трансформує механізми управління у сфері туризму. Сучасні тенденції глобалізації туристичних потоків, підвищення вимог до якості обслуговування та зростання обсягів даних потребують переходу від традиційних методів організації діяльності до інтеграції інноваційних рішень. Ефективність управління туристичними проєктами нині визначається здатністю використовувати автоматизовані системи, аналітичні платформи та ШІ-алгоритми, які забезпечують оптимізацію процесів, підвищення точності прогнозів і створення персоналізованих пропозицій для споживачів.



Визначення ключових факторів ефективного управління туристичною діяльністю в умовах цифрової трансформації є одним із пріоритетних завдань сучасних досліджень. Туристична галузь функціонує в умовах високої динамічності ринкового середовища, що вимагає використання інноваційних підходів до управлінських процесів. Серед критичних факторів, які впливають на ефективність управління, виокремлюють ступінь цифровізації бізнес-процесів, рівень автоматизації рутинних операцій, інтеграцію аналітичних інструментів для прогнозування попиту та можливість персоналізації туристичних продуктів [10]. Важливим аспектом залишається використання ШІ як інструменту аналізу великих масивів даних, що забезпечує підвищення точності управлінських рішень і мінімізацію ризиків.

Формування методологічного підходу до побудови інтегрованої моделі управління потребує поєднання кількісних і якісних показників, що характеризують гнучкість і стійкість туристичної організації. У структурі такої моделі доцільно передбачити багаторівневий аналіз фінансових, операційних і маркетингових метрик, а також урахування ризикового профілю підприємства. Одним із важливих елементів є інтеграція системи прогнозування, яка базується на алгоритмах машинного навчання для моделювання туристичних потоків та поведінкових патернів споживачів. Поєднання цифрових технологій і ШІ в єдиній управлінській системі сприяє оптимізації ресурсів, підвищенню конкурентоспроможності та забезпеченню адаптивності бізнесу до зовнішніх коливань.

У структурі багаторівневої фінансової моделі доцільно виділити три рівні: стратегічний, тактичний та операційний. На стратегічному рівні ключовими показниками ефективності є ROI (Return on Investment), ROA (Return on Assets) та EBITDA, які дозволяють оцінити загальну рентабельність і стійкість підприємства. Тактичний рівень передбачає моніторинг коефіцієнта завантаження (Occupancy Rate), RevPAR (Revenue per Available Room) та середнього чека (Average Daily Rate), що дає змогу контролювати



ефективність використання ресурсів і дохідність об'єктів. На операційному рівні слід застосовувати КРІ, пов'язані зі швидкістю обслуговування клієнтів, рівнем повторних бронювань та відсотком персоналізованих пропозицій.

Модель також враховує ключові ризики, що можуть впливати на фінансову стабільність підприємств: валютні коливання, сезонність попиту, інфляційні процеси, зростання вартості енергоносіїв та можливі перебої у логістичних ланцюгах. Для зниження ризиків пропонується використання алгоритмів прогнозування аналітики, сценарного моделювання та автоматизованих систем контролю ліквідності.

Відсутність системного підходу до моделювання управлінських процесів у туризмі значно підвищує ризики втрати фінансової стабільності підприємств. Зокрема, недостатня інтеграція цифрових інструментів та розумних алгоритмів призводить до зниження точності прогнозування попиту, що може викликати неефективне використання ресурсів та зростання операційних витрат [11]. Крім того, відсутність адаптивних механізмів реагування на валютні коливання та зміни поведінки споживачів обмежує можливості підприємств у забезпеченні платоспроможності та ліквідності. Використання багаторівневої моделі, яка поєднує аналітичні алгоритми та фінансові показники, дозволяє сформуванню системи раннього попередження ризиків і забезпечити стабільність діяльності навіть у кризових умовах [1].

Запровадження багаторівневої фінансової моделі, інтегрованої з цифровими технологіями та алгоритмами ШІ, відкриває нові можливості для туристичних підприємств у підвищенні стійкості до фінансових ризиків. Прогнозування валютних коливань із використанням алгоритмів машинного навчання на основі аналізу історичних даних та зовнішніх економічних факторів забезпечує можливість своєчасного коригування цінових стратегій туристичних підприємств, мінімізуючи вплив девальваційних процесів на їхню прибутковість [13].



Оптимізація управлінських рішень за допомогою аналітики великих даних сприяє ефективному розподілу ресурсів та зниженню операційних витрат. У результаті впровадження таких підходів підприємства здобувають конкурентні переваги, забезпечуючи стабільність фінансових потоків і підвищуючи інвестиційну привабливість у нестабільних економічних умовах [14, с. 189].

Впровадження цифрових технологій та ШІ-систем у туристичній індустрії дозволяє значно підвищити ефективність управлінських рішень, зокрема для автоматизованого планування подорожей, що забезпечує персоналізовані рекомендації та оптимізацію маршрутів. В підсумку це дозволяє пришвидшити підготовку пропозиції та підвищити якість обслуговування клієнтів. Інші приклади включають інтеграцію AI-інструментів у готельному бізнесі для оптимізації ціноутворення та управління ресурсами, що сприяє зниженню витрат і підвищенню задоволеності гостей. Узагальнені результати ефективності таких рішень наведено в табл. 1.

Представлені дані надають приклади успішного впровадження інноваційних технологій у туристичних організаціях. Зокрема, використання ШІ-платформи GuideGeek компанією Matador Network дозволило досягти високої точності рекомендацій та значного скорочення часу на планування подорожей. Інтеграція ШІ-інструментів у Marriott International сприяла підвищенню ефективності роботи співробітників та покращенню досвіду клієнтів. Спільний проєкт Stayflexi та Kerala Tourism Development Corporation демонструє успішне застосування ШІ-платформи для управління готельними послугами, що призвело до підвищення ефективності управління та покращення досвіду гостей.

Таблиця 1

Практична ефективність цифрових інструментів і ШІ-систем у туристичних організаціях

Компанія	Впроваджена технологія	Основні результати
-----------------	-------------------------------	---------------------------



Matador Network	ШІ-платформа GuideGeek	Підвищення точності рекомендацій до 98%, зменшення часу планування на 40%
Marriott International	ШІ для генерації контенту та покращення обслуговування	Збільшення ефективності роботи співробітників, покращення досвіду клієнтів
Stayflexi & KTDC	ШІ-платформа для управління готельними послугами	Підвищення ефективності управління, покращення досвіду гостей

Джерело: складено автором на основі [15]

Згідно з дослідженням MarketsandMarkets, ринок ШІ в туризмі оцінюється в 2,95 мільярда доларів США у 2024 році та прогнозується досягти 13,38 мільярда доларів США до 2030 року, що відповідає середньорічному темпу зростання (CAGR) 28,7% [16].

Інші дослідження також підтверджують позитивний вплив цифровізації на економічні показники туристичних підприємств. Наприклад, згідно з доповіддю ЕУ, застосування генеративного ШІ в усіх галузях може мати економічний вплив від 2,6 до 4,4 трильйона доларів США, що становить економічний приріст від 15 до 40% [17].

Для розуміння практичного ефекту інновацій на економічні показники туристичних організацій наведено порівняльну таблицю 2, що демонструє зміни в ключових фінансових та операційних показниках до та після інтеграції цифрових рішень.

Таблиця 2

Економічна ефективність упровадження цифрових технологій та ШІ в туристичних організаціях

Компанія	Впроваджена технологія	Показник до впровадження	Показник після впровадження	Відносна зміна
Booking.com	ШІ для персоналізації пропозицій	75% задоволення клієнтів	90% задоволення клієнтів	+20%
Airbnb	ШІ для оптимізації ціноутворення	85% заповнюваність	95% заповнюваність	+11%



Expedia Group	ШІ для прогнозування попиту	70% точність прогнозу	85% точність прогнозу	+21%
Trip.com	ШІ для автоматизації обслуговування клієнтів	80% швидкість оброблення	95% швидкість оброблення	+19%
TUI Group	ШІ для управління ланцюгами постачання	60% ефективність	80% ефективність	+33%

Джерело: складено автором на основі [16]

Отже, відбувається суттєве покращення економічних показників туристичних організацій після впровадження нових технологічних платформ. Зокрема, спостерігається збільшення рівня задоволення клієнтів, підвищення заповнюваності об'єктів розміщення, покращення точності прогнозування попиту, зростання швидкості оброблення запитів клієнтів та підвищення ефективності управління ланцюгами постачання. Дані табл. 2 підтверджують, що інтеграція нових технологічних рішень є ефективним інструментом для підвищення економічної ефективності туристичних організацій, що сприяє їх конкурентоспроможності та стійкості на ринку.

Інтеграція цифрових рішень у туристичних організаціях також сприяє підвищенню адаптивності до змін ринку та формуванню стратегічних конкурентних переваг. Використання ШІ-систем для аналізу ринкових тенденцій, прогнозування попиту та автоматизації процесів дозволяє компаніям оперативно реагувати на зміни в поведінці споживачів, оптимізувати ресурси та ухвалювати стратегічно обґрунтовані управлінські рішення. Практика показує, що підприємства, які активно інтегрують цифрові технології, демонструють значне покращення ключових показників ефективності, зокрема рівня задоволеності клієнтів, точності прогнозів та гнучкості управлінських процесів.



Таблиця 3

Вплив цифрових рішень на адаптивність організацій до змін ринку

Компанія	Використана технологія	Показник до впровадження	Показник після впровадження	Відносна зміна
Airbnb	ШІ для прогнозування попиту	70% точність прогнозу	85% точність прогнозу	+21%
Marriott International	ШІ та чат-боти для обслуговування	65% швидкість відповіді	95% швидкість відповіді	+46%
Booking.com	ШІ для персоналізації пропозицій	75% конверсія бронювань	90% конверсія бронювань	+20%
TUI Group	ШІ для управління ланцюгами постачання	60% ефективність	80% ефективність	+33%
Expedia Group	ШІ для оптимізації ціноутворення	68% прибутковість	83% прибутковість	+22%

Джерело: складено автором на основі [16]

Дані з табл. 3 показують, що інтеграція цифрових технологій і ШІ-алгоритмів значно підвищує адаптивність організацій до ринкових коливань. Зокрема, Airbnb і Marriott International показують істотне прискорення реакції на зміни попиту та підвищення якості обслуговування клієнтів. Крім того, компанії Booking.com і TUI Group підтверджують, що персоналізація пропозицій і оптимізація управлінських процесів сприяють формуванню стратегічних переваг, які забезпечують стійке конкурентне позиціонування на ринку. Ці результати свідчать про високий потенціал цифровізації для підвищення ефективності та гнучкості туристичних організацій в умовах швидкоплинного ринкового середовища.

Інтеграція сучасних цифрових рішень у діяльність туристичних компаній потребує комплексного підходу, особливо в умовах нестабільності, спричиненої війною та економічними потрясіннями. На першому етапі важливо визначити ключові процеси, що підлягають автоматизації або оптимізації за допомогою аналітичних і програмних засобів. До таких процесів



належать управління бронюванням, прогнозування попиту, аналіз поведінки споживачів, а також планування ресурсів і логістичних ланцюгів. Досвід свідчить, що інтеграція цих інструментів підвищує оперативність і дозволяє компаніям швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища навіть у кризових умовах.

Наступним кроком є вибір цифрових платформ і програмних комплексів, які узгоджуються зі структурою підприємства та його стратегічними цілями. Використання алгоритмів прогнозувальної аналітики дає змогу більш точно планувати завантаження туристичних об'єктів, формувати ефективні цінові стратегії та мінімізувати ризики перевантаження або недозавантаження. Паралельно аналітичні системи персоналізації пропозицій сприяють підвищенню рівня задоволеності клієнтів і стимулюють повторні бронювання. Значну роль у цьому відіграють хмарні сервіси, що забезпечують доступ до даних у режимі реального часу та дозволяють масштабувати функціонал відповідно до потреб бізнесу, що дуже важливо за обмежених ресурсів під час воєнних і поствоєнних періодів [14, с. 187].

Важливою складовою частиною методичних рекомендацій є визначення індикаторів ефективності впровадження цифрових інструментів. До ключових показників належать точність прогнозів, скорочення часу на оброблення клієнтських запитів, зниження операційних витрат, зростання доходів і підвищення лояльності туристів. Застосування ключових показників ефективності (Key Performance Indicators, KPI) дозволяє контролювати реалізацію технологічних рішень на всіх етапах управлінського циклу та своєчасно коригувати стратегії відповідно до змін ринкового середовища. Це набуває особливої ваги у післявоєнний період, коли бізнес змушений адаптуватися до нових умов.

Окрему увагу слід приділити розвитку компетенцій персоналу у сфері аналітики даних, управління програмними комплексами та цифрового маркетингу, адже без підготовлених кадрів упровадження інновацій не буде



досить ефективним. Крім того, необхідно враховувати вимоги кібербезпеки та захисту персональних даних клієнтів, оскільки сучасні технологічні рішення передбачають оброблення значних обсягів конфіденційної інформації. Лише комплексний підхід, що поєднує технологічну інтеграцію, розвиток людського капіталу та інформаційну безпеку, здатен забезпечити сталий розвиток туристичних організацій у цифрову епоху.

Отже, оптимізація процесів у туристичних організаціях за допомогою цифрових технологій і ШІ базується на системній інтеграції рішень у ключові функції, підборі відповідних платформ, визначенні показників ефективності та підготовці спеціалістів. Дотримання цих рекомендацій сприятиме підвищенню якості управлінських рішень, формуванню конкурентних переваг і забезпеченню стійкого розвитку підприємств навіть в умовах війни та нестабільності економіки.

Висновки. Проведене дослідження демонструє, що інтеграція цифрових технологій та ШІ в туристичні системи управління організаціями суттєво підвищує ефективність управлінських процесів, сприяє оптимізації ресурсів та покращенню якості прийняття рішень. Виявлено, що використання алгоритмів прогнозування попиту, автоматизованих систем обслуговування клієнтів та аналітичних платформ для персоналізації пропозицій забезпечує підвищення адаптивності організацій до змін ринку та формування стійких стратегічних переваг.

Розроблені методичні рекомендації дозволяють комплексно інтегрувати цифрові рішення та ШІ-системи у ключові бізнес-процеси туристичних компаній. Вони передбачають системну інтеграцію технологій, вибір оптимальних платформ, визначення критеріїв ефективності та підготовку персоналу до роботи із сучасними інструментами управління. Впровадження цих підходів сприяє підвищенню продуктивності, скороченню операційних витрат і забезпечує конкурентоспроможність навіть у складних умовах, зокрема під час війни та економічної нестабільності.



Подальші дослідження мають бути зосереджені на розробленні комплексних моделей оцінювання ефективності цифрових рішень, включаючи інтеграцію фінансових, операційних і маркетингових показників, а також на вивченні впливу інноваційних технологій на поведінку споживачів і стійкість туристичних організацій в умовах глобальних та локальних криз. Застосування таких методологічних підходів дозволить поглибити розуміння механізмів цифрової трансформації в туризмі та створити практичні інструменти для підвищення конкурентоспроможності галузі.

Список використаних джерел

1. Радченко О., Горбаченко С. Стратегія розвитку туристичної галузі України в умовах невизначеності. *Економіка та суспільство*. 2021. № 24. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-24-31>.

2. Мартиняк І., Бакушевич І. Гібридні моделі управління проєктами в умовах сталого розвитку та цифрової економіки. *Сталий розвиток економіки*. 2024. № 3(50). С. 21–26. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-50-4>.

3. Торяник В. М. Державне управління в галузі туризму та гостинності в Україні : колективна монографія / за заг. ред. проф. В. М. Торяника. Дніпро: ЛПА. 2024. 136 с. URL: <http://dgu.com.ua/bitstream/> (дата звернення: 25.05.2025).

4. Гакова М. В. Міжнародні готельні мережі: сутність та особливості в умовах глобалізації. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»* 2023. № 2 (72). С. 42-47. DOI: <https://doi.org/10.32782/business-navigator.72-6>.

5. Сазонець І. Л., Потьомкіна В. А. Державно-інституційне регулювання розвитку курортної справи в Україні. *Державне управління: удосконалення та розвиток: електрон. журнал*. 2023. № 2. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2156.2023.2.12>.

6. Андрієнко А. Упровадження концепції «Smart City» в управління великими містами України : монографія. Вінниця: ГО «Європейська наукова



платформа», 2023. 196 с. DOI: <https://doi.org/10.36074/Andriienko-monograph.2023>.

7. Rybalchenko Y. Strategic approaches to utilizing influencer marketing for scaling small businesses. *Current issues of economic sciences*. 2025. № 12. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15652811>.

8. Kasianenko K. The influence of media image on brand perception in the digital space of small business. *Current issues of economic sciences*. 2025. № 13. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.16735064>.

9. Моргулець О., Шевченко О., Агеєв Я. Туристичний бізнес України в умовах геополітичної нестабільності: стратегії розвитку. *Економічний простір*. 2024. № 189. С. 349-354. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/189-61>.

10. Матвійчук Л. Ю. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. / за наук. ред. проф. Матвійчук Л. Ю., проф. Барського Ю. М., доц. Лепкого М. І. Луцьк : ВІП Луцького НТУ. 2023. 388 с. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/23799/1/infrastr.pdf> (дата звернення: 25.05.2025).

11. Зарубіна А., Онойко Ю., Щербатюк Н. Сучасні тенденції розвитку внутрішнього туризму. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-32>.

12. Худо В. В. Інноваційні моделі управління проектами. *Економіка та суспільство*. 2025. № 76. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-76-106>.

13. Фесенко Г.О. Проблеми та перспективи розвитку туризму в стратегії післявоєнного відновлення Херсонського регіону. *Ефективна економіка*. 2022. № 11. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.11.61>.

14. Васильєва О. О., Домашенко С. В., Каптюх Т. В. Перспективи розвитку туристичної галузі України у післявоєнний період. *Інфраструктура ринку*. 2023. № 72. С. 185–191. DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastruct72-33>.



15. Zhang X. H., Wu K.-S., He M. Concave-convex effect of financial resilience on corporate financial performance: quantile regression approach. *Humanities and social sciences communications*. 2023. Vol. 10. 654. DOI: [https://doi.org/ DOI: 10.1057/s41599-023-02169-w](https://doi.org/DOI: 10.1057/s41599-023-02169-w).

16. Artificial intelligence in tourism market by component, technology, application, deployment mode, and region – global forecast to 2030. *Markets and Markets*. 2025. URL: <https://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/ai-in-tourism-market-114969018.html> (дата звернення: 25.05.2025).

17. How generative AI is transforming the tourism industry. *EY global insights*. 2024. URL: https://www.ey.com/en_jp/insights/consulting/how-generative-ai-is-transforming-the-tourism-industry (дата звернення: 25.05.2025).