

УДК 338.48:65:004

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/38.11>

Лупак Р.Л.

доктор економічних наук, професор
Львівський торговельно-економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1830-1800>

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ: АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

Визначено напрями цифрової трансформації індустрії гостинності, зокрема в контексті розвитку туризму – інтеграція цифрових технологій в управління туристичними процесами, розбудова цифрової туристичної інфраструктури, впровадження цифрових сервісів, використання цифрового маркетингу; розвитку готельного бізнесу – цифрова автоматизація готельних операцій, формування smart-інфраструктури, розширення цифрових каналів та комунікацій, впровадження цифрової аналітики та управління даними. Відповідно до кожного напрямку визначено набір передових цифрових технологій: для сфери туризму – CRM/ERP/GIS-системи, TMS/AI/IoT-технології, Smart-дестинації, інтерактивні карти, e-навігація, мобільні додатки, e-voucher, VR/AR-тури, SEO/SMM-системи, Big Data-аналітика та ін.; для сфери готельного бізнесу – PMS-системи, QR-коди, AI-консьєржі, Smart-room-технології, IoT-пристрої, OTA-платформи, AI/BI-аналітика, ML-алгоритми та ін. Ідентифіковано регіональні особливості (позитивні ефекти) цифрової трансформації індустрії гостинності.

Ключові слова: індустрія гостинності, туризм, регіональний туризм, туристичні дестинації, готельний бізнес, цифрова трансформація, цифрові технології, підприємницький потенціал, регіон, організаційно-економічні основи, розвиток, інтеграція.

Постановка проблеми. Теперішні умови для економічного розвитку здебільшого пов'язані з інноваціями та технологіями, і індустрія гостинності не виняток. Така залежність лише поглиблюється, що значною мірою зумовлено активними змінами потреб населення, кризовими явищами та ін., успішна адаптація до яких неможлива без використання новітніх розробок. Відповідно, існуючі цифрові трансформації індустрії гостинності є результатом глобальних змін, інтенсивність яких постійно зростає, і, таким чином, підвищується рівень невизначеності та ускладнюється прогнозованість.

У таких умовах забезпечити стабільність та стійкість індустрії гостинності можливо значною мірою завдяки технологізації, коли всі операції здійснюються на основі інтенсивної інтеграції цифрових розробок. Більше того, завдяки такому підходу вдається критично змінити існуючі підходи ведення бізнесу, зокрема туристичні підприємства отримують змогу розширювати способи надання своїх послуг, а готельний бізнес суттєво покращувати рівень сервісного обслуговування.

Також необхідно враховувати, що існують суттєві відмінності між загальнонаціональним та регіональними рівнями економічного розвитку як туризму, так і готельного бізнесу. Попри різницю масштабів функціонування, зберігається потреба в урахуванні впливу низки нематеріальних чинників, які дедалі більше стають запорукою успіху, особливо на регіональному рівні.

Так склалося, що в Україні як і в багатьох інших країнах, принцип регіональності по-різному впливає на індустрію гостинності, унаслідок чого формуються нетипові моделі ведення бізнесу. Цифрові трансформа-

ції покликані змінити усталені форми підприємницької діяльності суб'єктів індустрії гостинності та спрямувати їх на впровадження абсолютно нових технологій, щоб з вищою ефективністю використовувати наявний, а й часто обмежений, ресурсний потенціал.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В умовах значних глобальних трансформацій у багатьох дослідженнях індустрії гостинності значну увагу приділяють процесам цифровізації та диджиталізації. Так, науково-прикладні розробки спрямовані на визначення передумов, які повною мірою забезпечують адаптацію бізнесу до сучасних тенденцій, стабільне функціонування і розвиток галузі. М. Барна та ін. розкривають структурно-організаційні фактори регіонального туризму та наголошують на необхідності впровадження комплексного управління туристичними дестинаціями в умовах активного використання цифрових технологій [1]. У працях [2, с. 189–194; 3, с. 17–25; 4, с. 10–15] представлено результати досліджень тенденцій розвитку туристичного комплексу в контексті забезпечення його економічної безпеки, де підкреслюється ключове значення інформаційно-комунікаційної складової та покращення техніко-технологічних конкурентних переваг. Такі наукові розробки дають змогу сформулювати концептуальні положення для розуміння організаційно-економічних основ розвитку індустрії гостинності на регіональному рівні.

Примітно, що посилюється увага науковців до визначення особливостей функціонування та розвитку індустрії гостинності в кризових умовах повномасштабного військового вторгнення та глобальних трансформацій. Зокрема, у праці [5, с. 5–13] автори пропонують механізми адаптації туристичного бізнесу



та акцентують увагу на організаційно-економічних імперативах. Комплементарними до цього є результати досліджень О. Осінської та М. Топорницької, у яких акцент надається необхідності удосконалення інструментарію стимулювання та диверсифікації туристичної діяльності [6, с. 57–62].

Відомо, що здатність адаптувати цифрові технології є свідченням нарощування конкурентного потенціалу та темпів інноваційного розвитку. Так, Н. Валінкевич та А. Шестакова підкреслюють роль цифрової трансформації як засобу підвищення конкурентоспроможності та оптимізації бізнес-процесів в індустрії гостинності [7]. М. Шевелюк та С. Тищенко обґрунтовують необхідність цифрової трансформації індустрії гостинності як інструменту підвищення ефективності сервісного обслуговування [8, с. 226–235; 9, с. 131–139]. Т. Зубежина, Л. Матвійчук, Н. Павленчик та ін. наголошують на важливості впровадження організаційно-економічних інструментів цифрової модернізації індустрії гостинності з врахуванням вже існуючого успішного досвіду такого менеджменту [10, с. 273–278; 11, с. 32–42]. Натомість А. Бевз, С. Бондар, В. Бурак та Н. Тютенко є прихильниками активного впровадження стратегічного управління в умовах зростання обсягів інноваційно-технологічної діяльності в індустрії гостинності [12, с. 102–110; 13; 14, с. 32–47]. Також потрібно врахувати необхідність посилення регуляторного впливу на процеси цифровізації індустрії гостинності, на що наголошують В. Фостолович, І. Мельник та І. Лунь, які доводять важливу роль державної підтримки у розробленні та реалізації новітніх інформаційно-комунікаційних технологій в туризмі та готельному бізнесі [15, с. 18–25; 16, с. 72–80].

Таким чином, проведені дослідження та наукові розробки засвідчують високу пріоритетність узгодження процесів цифрової трансформації індустрії гостинності із численною кількістю організаційно-економічних детермінант, дотримання яких може інтенсивно стимулювати нарощування інноваційно-технологічного підприємницького потенціалу туризму та готельного бізнесу на регіональному рівні.

Мета статті полягає в обґрунтуванні науково-методичних засад цифрової трансформації індустрії гостинності з врахуванням аспектів розвитку туризму та готельного бізнесу на регіональному рівні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Цифрова трансформація є постійним явищем для індустрії гостинності, що передбачає як інноваційно-технологічні, так і організаційно-економічні зміни. Потрібно врахувати, що будь-які інновації мають значний вплив на економічний розвиток, тому завдання менеджменту підприємств індустрії гостинності полягає в модернізації системи управління бізнес-процесами. Значною мірою дієвість такої політики визначається регіональними особливостями бізнес-середовища, а особливо для сфер туризму та готельного бізнесу, діяльність яких напряму пов'язана з природним потенціалом, культурною та історичною спадщиною, розвитком ринкової інфраструктури регіону. Таким чином формуються нові стандарти функціонування та організаційно-економічні основи забезпечення стабільності і стійкості підприємницької діяльності в індустрії гостинності. З огляду на все це характерні напрями розвитку туризму та готель-

ного бізнесу на регіональному рівні на основі цифрових технологій наведено на рис. 1.

Однозначно напрями цифровізації не є стандартними і визначати їх за таким підходом скоріше недоречно, але існує потреба у сформованості їхнього базису. Беручи до уваги існуючі інновації та технології, вбачаємо доцільним здійснення цифрової трансформації сфери туризму за такими напрямками: (1) інтеграція цифрових технологій в управління туристичними процесами; (2) розбудова цифрової туристичної інфраструктури; (3) впровадження цифрових сервісів; (4) використання цифрового маркетингу.

Так, в контексті покращення якості управління та автоматизації сервісів надання туристичних послуг завдяки цифровим технологіям можливо вирішувати низку складних завдань, зокрема CRM/ERP-системи дозволяють відстежувати історію подорожей та персоналізувати туристичні послуги, автоматизація бронювання зменшує ймовірність їхнього подвоєння, хмарні платформи забезпечують постійний доступ до різних туристичних процесів у реальному часі, TMS-технологія покращує управління туристичними потоками, маршрутами та пакетами послуг, AI/IoT-технології забезпечують ефективну персоналізацію туристичних послуг.

Формування підприємницького потенціалу в сфері туризму значною мірою обумовлене розбудовою цифрової туристичної інфраструктури. Відповідно посилюється вагомість впровадження таких цифрових технологій: GIS-системи для проведення картографії туристичних маршрутів та інтеграції туристичних дестинацій; Smart-дестинації для створення «розумних» туристичних зон з датчиками, інформаційними системами та інтерактивними сервісами; інтерактивних карт з метою надання допомоги туристам орієнтуватися в містах та регіонах; е-навігації при впровадженні цифрової навігації всередині туристичних об'єктів; інформаційні стенди, коли необхідно швидко та безперешкодно надавати різноманітну інформацію.

Відомо, що впровадження цифрових сервісів підвищує зручність взаємодії туристів та розширює їх комунікативні можливості для підтримки постійного зв'язку з організаторами туристичних подорожей. Зокрема, важливо відмітити вагоме значення впровадження онлайн-бронювання, коли потрібно організувати зручне резервування готелів, екскурсій та трансферів у режимі 24/7; мобільних додатків, що виконують функції інтеграції туристичних карт, пошуку гідів, бронювання та здійснення безготівкових платежів; чат-ботів з метою забезпечення швидкої онлайн-підтримки туристів; технології e-voucher задля спрощення оплати та контролю грошових розрахунків; VR/AR-турів з метою віртуального ознайомлення з туристичними дестинаціями та проведення інтерактивних екскурсій.

Однією із організаційно-економічних основ підвищення ефективності просування туристичних продуктів та залучення нових туристів є використання цифрового маркетингу. Цільовими орієнтирами таких технологій є покращення взаємодії з туристами через соціальні мережі та платформи, оптимізація пошукової видимості туристичних пропозицій за допомогою впровадження SEO/SMM-систем, широке охоплення потенційних туристів та туристичних дестинацій,

Рисунок 1 – Напрями цифровізації туризму та готельного бізнесу: аспекти розвитку на регіональному рівні

СФЕРИ	Напрями цифровізації	Перелік цифрових технологій	Регіональні особливості (позитивні ефекти)
ТУРИЗМ	Інтеграція цифрових технологій в управління туристичними процесами	◇ CRM / ERP-системи; ◇ автоматизація бронювання; ◇ хмарні платформи; ◇ TMS-технологія; ◇ AI / IoT-технології	◆ покращення міжрегіональної комунікації туристичних об'єктів; ◆ підвищення ефективності управління локальними туристичними потоками
	Розбудова цифрової туристичної інфраструктури	◇ GIS-система; ◇ Smart-дестинації; ◇ інтерактивні карти; ◇ е-навігація; ◇ інформаційні стенди	◆ поліпшення навігації та доступності регіональних туристичних маршрутів; ◆ повноцінна інтеграція туризму в ринкову інфраструктуру регіону
	Впровадження цифрових сервісів	◇ онлайн-бронювання; ◇ мобільні додатки; ◇ чат-боти; ◇ e-voucher; ◇ VR / AR-тури та інтерактивні гід	◆ персоналізація туристичних послуг з огляду на регіональну специфіку; ◆ покращення доступності локальних туристичних послуг
	Використання цифрового маркетингу	◇ соціальні мережі та платформи; ◇ SEO / SMM-системи; ◇ таргетована / контекстна реклама; ◇ Big Data-аналітика	◆ підвищення впізнаваності регіонального туристичного бренду; ◆ залучення нових туристів; ◆ формування позитивного іміджу регіону
ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС	Цифрова автоматизація готельних операцій	◇ PMS-система; ◇ електронні ключі та QR-коди; ◇ AI-консьєржі	◆ підвищення ефективності управління готелями у регіонах із високим туристичним потоком
	Формування smart-інфраструктури	◇ Smart-room-технології; ◇ IoT-пристрої; ◇ енергоменеджмент; ◇ голосові помічники	◆ набуття інноваційного іміджу місцевих готелів; ◆ залучення в регіон туристів, орієнтованих на сучасні цифрові сервіси
	Розширення цифрових каналів та комунікацій	◇ OTA-платформи; ◇ мобільні додатки; ◇ чат-боти та месенджери	◆ зміцнення конкурентних позицій та впізнаваності місцевих готелів на національному і міжнародному рівнях
	Впровадження цифрової аналітики та управління даними	◇ AI / Big Data-аналітика; ◇ дашборди та BI-платформи; ◇ ML-алгоритми аналізу поведінки гостей	◆ персоналізація послуг з урахуванням регіональної специфіки туристів; ◆ адаптація сервісів та пропозицій місцевих готелів до сезонних коливань туристичного попиту

активізація туристичних потоків на основі таргетованої / контекстної реклами, проведення прогнозування попиту на туристичні послуги та оцінювання ефективності туристичних сервісів завдяки Big Data-аналітики.

Примітно, що усі процеси цифрової трансформації індустрії гостинності мають вагомий вплив на розвиток регіонального туризму. Так, інтеграція цифрових технологій в управління туристичними процесами здатна забезпечити покращення міжрегіональної комунікації туристичних об'єктів та підвищення ефективності управління локальними туристичними потоками. Водночас при розбудові цифрової туристичної інфраструктури можна розраховувати на поліпшення навігації та доступності регіональних туристичних маршрутів, повноцінну інтеграцію туристичного бізнесу в ринкову інфраструктуру регіону. Також впровадження цифрових сервісів має ключове значення в контексті розвитку регіонального туризму, зокрема при забезпеченні персоналізації та покращенні доступності локальних туристичних послуг. Використання цифрового маркетингу дозволяє вирішувати питання щодо підвищення впізнаваності регіонального туристичного бренду,

залучення нових туристів та формування позитивного іміджу регіону.

Такий підхід доречно застосовувати при здійсненні цифрової трансформації готельного бізнесу, зокрема на регіональному рівні. Потрібно відмітити важливість цифрової автоматизації готельних операцій, яка спрямована на оптимізацію внутрішніх процесів готелю та підвищення швидкості і якості сервісного обслуговування. Примітно, що серед світових готельних мереж при дотриманні такого підходу нарощування підприємницького потенціалу активно поширюється практика впровадження PMS-системи, завдяки якій можливо успішно забезпечити централізоване управління бронюванням, заселенням, грошовими операціями та ін.; електронних ключів та QR-кодів, що дозволяють встановити безконтактний доступ до номерів і пришвидшити процедури check-in/check-out; AI-консьєржів як автоматизованих цифрових асистентів, які надають гостям інформацію про актуальні готельні послуги та різноманітні рекомендації.

Натомість формування smart-інфраструктури створює інтелектуальне цифрове середовище в готелі, що,

у свою чергу, підвищує комфорт, енергоефективність і персоналізацію туристичних послуг. Для досягнення таких цілей впроваджуються smart-room-технології, які забезпечують автоматичне керування освітленням, температурою, кліматом та мультимедіа; IoT-пристрої, що включають сенсори та «розумні» пристрої для моніторингу стану номерного фонду; системи енергоменеджменту, за допомогою яких оптимізується енергоспоживання, знижується рівень витрат і підвищується екологічність; голосові помічники/цифрові асистенти, які активно використовуються для покращення якості управління номерним фондом та надання готельних послуг, особливо додаткових.

Потрібно відміти пріоритетне значення розширення цифрових каналів та комунікацій, що підвищує доступність готелю та забезпечує швидку, персоналізовану комунікацію з гостями. Відповідно менеджменту готелів доречно використовувати OTA-платформи (онлайн-агрегатори Booking та Expedia), мобільні додатки, чат-боти та месенджери та ін. Також зростає вагомість впровадження в готельному бізнесі цифрової аналітики та управління даними, що дає змогу покращити організаційно-економічні основи ухвалення та реалізації стратегічних програм, формування цілей та завдань яких ґрунтується на постійному нарощуванні інформаційно-аналітичної бази. За таким напрямом цифровізації менеджменту готелів доречно впроваджувати AI/Big Data-аналітику, дашборди та BI-платформи, ML-алгоритми для аналізу поведінки гостей та ін.

Цифрові трансформації в готельному бізнесі формують значний позитивний ефект на його розвиток й на регіональному рівні. Йдеться про підвищення ефективності управління готелями у регіонах із високим

туристичним потоком, набуття інноваційного іміджу місцевих готелів, залучення в регіон туристів, орієнтованих на сучасні цифрові сервіси, зміцнення конкурентних позицій та впізнаваності місцевих готелів на національному і міжнародному рівнях, персоналізацію послуг з урахуванням регіональної специфіки туристів, адаптацію сервісів і пропозицій місцевих готелів до сезонних коливань туристичного попиту.

Висновки. Цифрова трансформація індустрії гостинності є постійним і динамічним процесом, що потребує періодичного перегляду та уточнення. Так, в контексті розвитку регіонального туризму вагоме значення має інтеграція цифрових технологій в управління туристичними процесами, розбудова цифрової туристичної інфраструктури, впровадження цифрових сервісів та використання цифрового маркетингу. Натомість розвиток готельного бізнесу значною мірою обумовлений інтенсивністю цифрової автоматизації готельних операцій, формуванням smart-інфраструктури, розширенням цифрових каналів та комунікацій, впровадженням цифрової аналітики та управління даними. Кожен із таких напрямів передбачає використання численних інновацій та технологій, здатних позитивно впливати як на розвиток індустрії гостинності в просторово-територіальному масштабі, так і на економіку регіону.

Подальші дослідження доцільно пов'язати з проведенням системного моніторингу та аналізу результатів впровадження цифрових технологій суб'єктами туристичного та готельного бізнесу, що дасть змогу постійно накопичувати інформаційно-аналітичну базу для організації подальших організаційно-економічних та структурно-функціональних змін в індустрії гостинності.

Список використаних джерел:

1. Барна М. Ю., Іванюк У. В., Стечик Я. В. Організаційно-економічні аспекти розвитку регіонального туризму. *Академічні візії*. 2025. № 43. URL: <https://surli.cc/iojkkb>
2. Лупак Р. Л. Оцінювання формування конкурентних переваг туристичних підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2016. № 3. С. 189–194.
3. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Рудковський О. В., Белікова С. О. Стан та тенденції розвитку туристичного комплексу в контексті забезпечення економічної безпеки України. *Економіка та держава*. 2019. Вип. 19. С. 17–25.
4. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Рудковський О. В., Белікова С. О. Аспекти безпеки розвитку туристичної галузі України в умовах гібридних загроз. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 11. С. 10–15.
5. Барна М. Ю., Яблонь В. Д. Імперативи розвитку туристичного комплексу в умовах війни. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2025. № 12. С. 5–13.
6. Осінська О. Б., Топорницька М. Я. Стимулювання рекреаційної діяльності як фактору диверсифікації та забезпечення стійкості суб'єктів туризму в умовах війни. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2025. № 12. С. 57–62.
7. Валінкевич Н., Шестакова А. Цифрова трансформація як конкурентна перевага в індустрії туризму та гостинності. *Економіка та суспільство*. 2024. № 68. URL: <https://surli.lv/ynpcyq>
8. Шевелюк М. М. Цифровізація у сфері туризму: інноваційні тренди і пріоритетні напрями розвитку. *Питання культурології*. 2021. № 38. С. 226–235.
9. Тищенко С. Цифрові технології в індустрії гостинності. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2021. № 7. С. 131–139.
10. Зубехіна Т., Матвійчук Л. Організаційно-економічні інструменти стратегічного розвитку підприємств індустрії гостинності в умовах цифровізації. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2024. № 6 (15). С. 273–278.
11. Павленчик Н. Ф., Паска М., Камінський Л.-Р. Ю., Боечко Л. А., Крижанівський Т. Я. Цифрова модернізація підприємств індустрії гостинності: ключові кейси та економічні ефекти. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права*. 2025. № 46. С. 32–42.
12. Бевз А. Дослідження інновацій у готельному бізнесі. *Економічні горизонти*. 2024. № 2–3 (28). С. 102–110.
13. Бондар С. Формування стратегії цифровізації суб'єкта готельного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2024. № 60. URL: <https://surli.lt/gfdywk>
14. Бурак В. Г., Тютенко Н. А. Цифровізаційні аспекти антикризового управління підприємствами готельно-ресторанного бізнесу. *Economic Synergy*. 2023. № 1. С. 32–47.
15. Фостолович В. А. Сучасні інструменти системи управління бізнесом у сфері готельно-ресторанної справи. *Інвестиції: практика та досвід*. 2022. № 11–12. С. 18–25.

16. Мельник І. М., Луць І. Ю. Державна політика детінізації та цифровізації як організаційно-економічний чинник прискорення мережевої інтеграції готельного бізнесу України. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2025. № 13. С. 72–80.

References:

1. Barna M. Yu., Ivanyuk U. V., Stetsyk Ya. V. (2025). Orhanizatsiyno-ekonomichni aspekty rozvytku rehionalnoho turyzmu [Organizational and economic aspects of regional tourism development]. *Academic visions*, no. 43. Available at: <https://surli.cc/iojkkb> (accessed 27 September 2025).
2. Lupak R. L. (2016). Otsynuyannya formuvannya konkurentnykh perevah turystychnykh pidpryyemstv [Assessment of the formation of competitive advantages of tourism enterprises]. *Bulletin of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, no. 3, pp. 189–194.
3. Vasylytsiv T. G., Lupak R. L., Rudkovsky O. V., Belikova S. O. (2019). Stan ta tendentsiyi rozvytku turystychnoho kompleksu v konteksti zabezpechennya ekonomichnoyi bezpeky Ukrainy [State and trends in the development of the tourism complex in the context of ensuring the economic security of Ukraine]. *Economy and State*, issue 19, pp. 17–25.
4. Vasylytsiv T. G., Lupak R. L., Rudkovsky O. V., Belikova S. O. (2019). Aspekty bezpeky rozvytku turystychnoyi haluzi Ukrainy v umovakh hibrnydykh zahroz [Security aspects of the development of the tourism industry of Ukraine in conditions of hybrid threats]. *Investments: practice and experience*, no. 11, pp. 10–15.
5. Barna M. Yu., Yablon V. D. (2025). Imperatyvy rozvytku turystychnoho kompleksu v umovakh viyny [Imperatives of the development of the tourist complex in conditions of war]. *Tourism and hospitality industry in Central and Eastern Europe*, no. 12, pp. 5–13.
6. Osinska O. B., Topornytska M. Ya. (2025). Stymulyuvannya rekreatsinyoi diyalnosti yak faktoru dyversyfikatsiyi ta zabezpechennya stiykosti subyektiv turyzmu v umovakh viyny [Stimulation of recreational activities as a factor of diversification and ensuring the sustainability of tourism entities in conditions of war]. *Tourism and hospitality industry in Central and Eastern Europe*, no. 12, pp. 57–62.
7. Valinkevich N., Shestakova A. (2024). Tsyfrova transformatsiya yak konkurentna perevaha v industriyi turyzmu ta hostynnosti [Digital transformation as a competitive advantage in the tourism and hospitality industry]. *Economy and society*, no. 68. Available at: <https://surl.lu/yncqyq> (accessed 03 October 2025).
8. Shevelyuk M. M. (2021). Tsyfrovizatsiya u sferi turyzmu: innovatsiyni trendy i prioryetni napryamy rozvytku [Digitalization in the tourism sector: innovative trends and priority areas of development]. *Issues of cultural studies*, no. 38, pp. 226–235.
9. Tyshchenko S. (2021). Tsyfrovi tekhnolohiyi v industriyi hostynnosti [Digital technologies in the hospitality industry]. *Tavria Scientific Bulletin. Series: Economy*, no. 7, pp. 131–139.
10. Zubekhina T., Matviychuk L. (2024). Orhanizatsiyno-ekonomichni instrumenty stratchichnoho rozvytku pidpryyemstv industriyi hostynnosti v umovakh tsyfrovizatsiyi [Organizational and economic tools for strategic development of hospitality industry enterprises in the context of digitalization]. *Digital economy and economic security*, no. 6 (15), pp. 273–278.
11. Pavlenchuk N. F., Paska M., Kaminsky L.-R. Yu., Boyechko L. A., Kryzhanivsky T. Ya. (2025). Tsyfrova modernizatsiya pidpryyemstv industriyi hostynnosti: klyuchovi keysy ta ekonomichni efekty [Digital modernization of hospitality industry enterprises: key cases and economic effects]. *Scientific notes of the Lviv University of Business and Law*, no. 46, pp. 32–42.
12. Bezv A. (2024). Doslidzhennya innovatsiy u hotelnomu biznesi [Research on innovations in the hotel business]. *Economic horizons*, no. 2–3(28), pp. 102–110.
13. Bondar S. (2024). Formuvannya stratehiyi tsyfrovizatsiyi subyekta hotelnoho biznesu [Formation of a strategy for the digitalization of a hotel business entity]. *Economy and Society*, no. 60. Available at: <https://surl.lt/gfdywk> (accessed 28 September 2025).
14. Burak V. G., Tyukhtenko N. A. (2023). Tsyfrovizatsiyni aspekty antykrizovoho upravlinnya pidpryyemstvamy hotelno-restorannoho biznesu [Digitalization aspects of anti-crisis management of hotel and restaurant enterprises]. *Economic Synergy*, no. 1, pp. 32–47.
15. Fostolovych V. A. (2022). Suchasni instrumenty systemy upravlinnya biznesom u sferi hotelno-restorannoyi spravy [Modern tools of the business management system in the hotel and restaurant sector]. *Investments: practice and experience*, no. 11–12, pp. 18–25.
16. Melnyk I. M., Lun I. Yu. (2025). Derzhavna polityka detinizatsiyi ta tsyfrovizatsiyi yak orhanizatsiyno-ekonomichnyy chynnyk pryskorennya merezhevoyi intehratsiyi hotelnoho biznesu Ukrainy [State policy of de-shadowing and digitalization as an organizational and economic factor in accelerating the network integration of the hotel business of Ukraine]. *Tourism and Hospitality Industry in Central and Eastern Europe*, no. 13, pp. 72–80.

Lupak Ruslan

Lviv University of Trade and Economics

DIGITAL TRANSFORMATION OF THE HOSPITALITY INDUSTRY: ASPECTS OF TOURISM AND HOTEL BUSINESS DEVELOPMENT AT THE REGIONAL LEVEL

The article identifies the areas of digital transformation of the hospitality industry, in particular in the context of tourism development – integration of digital technologies into tourism process management, development of digital tourism infrastructure, implementation of digital services, use of digital marketing; development of hotel business – digital automation of hotel operations, formation of smart infrastructure, expansion of digital channels and communications, implementation of digital analytics and data management. In accordance with each area, a set of advanced digital technologies has been identified: for the tourism sector – CRM/ERP systems, reservation automation, cloud platforms, TMS technologies, AI/IoT technologies, GIS systems, Smart destinations, interactive maps, e-navigation, information stands, online booking, mobile applications, chat bots, e-vouchers, VR/AR tours and interactive guides,

social networks and platforms, SEO/SMM systems, targeted and contextual advertising, Big Data analytics; for the hotel business sector – PMS systems, electronic keys and QR codes, AI concierges, Smart room technologies, IoT devices, energy management, voice assistants, OTA platforms, mobile applications, chat bots and messengers, AI/Big Data analytics, dashboards and BI platforms, ML algorithms for analyzing guest behavior. Using the same approach, regional features (positive effects) of digital transformation were identified: tourism sector: improving interregional communication of tourist facilities, increasing the efficiency of local tourist flow management, improving navigation and accessibility of regional tourist routes, full integration of business into the market infrastructure of the region, ensuring personalization of tourist services, improving the accessibility of local tourist services, increasing the recognition of the regional tourist brand, attracting new tourists, forming a positive image of the region; Hotel business: increasing the efficiency of hotel management in regions with high tourist flow, acquiring an innovative image of local hotels, attracting tourists focused on modern services, improving the visibility of local hotels at the national and international levels, personalizing services taking into account the regional specifics of tourists, adapting services and offers of local hotels to seasonal fluctuations in demand.

Keywords: *hospitality industry, tourism, regional tourism, tourist destinations, hotel business, digital transformation, digital technologies, entrepreneurial potential, region, organizational and economic foundations, development, integration.*

JEL classification: L83, O33, R11, Z32

Стаття надійшла: 07.11.2025

Стаття прийнята: 27.11.2025

Стаття опублікована: 30.12.2025
