

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА

Географічний факультет

Кафедра географії та менеджменту туризму

Мобільні додатки як засіб просування туристичних destinations

Кваліфікаційна робота

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

*Виконав:*

Студент 2 курсу, 619 групи

**Могущий Владислав Валерійович**

*Керівник:*

д.г.н., доц. **Король Олександр  
Дмитрович**

*До захисту допущено*

*на засіданні кафедри*

*протокол № \_\_\_\_\_ від \_\_\_\_\_ 2024 р.*

*Зав. кафедрою \_\_\_\_\_ проф. Король О. Д.*

**Чернівці – 2024**

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b>	4
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ</b>	8
1.1 Поняття туристичної дестинації та її основні характеристики	8
1.2 Моделі та підходи до просування туристичних дестинацій	17
1.3 Основні інструменти просування туристичних дестинацій на міжнародному ринку	22
1.4 Цифрові технології та їх роль у маркетингу туристичних дестинацій	27
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКУ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ</b>	37
2.1 Аналіз популярних мобільних додатків для туристів	37
2.2 Особливості функціональності мобільних додатків	48
2.3 Вплив мобільних додатків на вибір туристичних маршрутів і дестинацій	51
2.4 Перспективи розвитку мобільних додатків як інструменту для просування туристичних дестинацій та вплив нових технологій (AR VR) на розвиток мобільних додатків у туризмі	54
<b>РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА МОБІЛЬНОГО ДОДАТКУ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ ЯК ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ</b>	62
3.1 Мета розробки мобільного додатка	62
3.2 Основні функції мобільного додатка та його конкурентні переваги	63
<b>ВИСНОВОК</b>	67
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	72
<b>ДОДАТКИ</b>	78

### *Анотація*

Магістерська робота присвячена дослідженню мобільних додатків як інструменту просування туристичних DESTИНАЦІЙ у сучасному цифровому середовищі. У роботі розглянуто теоретичні аспекти використання мобільних технологій у туризмі, їхній вплив на популяризацію туристичних локацій та формування унікального туристичного досвіду. Особливу увагу приділено функціональним можливостям мобільних додатків, зокрема інтерактивним картам, персоналізованим рекомендаціям, віртуальним турам і можливостям для планування подорожей. У практичній частині автором розроблено концептуальний макет мобільного додатку, призначеного для просування конкретної туристичної DESTИНАЦІЇ. Макет демонструє ключові функції, спрямовані на покращення користувацького досвіду, зокрема зручний інтерфейс, інтеграцію з соціальними мережами та можливості персоналізації. На основі розробленого макету надано практичні рекомендації щодо створення ефективних мобільних додатків для туристичної галузі, орієнтованих на залучення туристів і зміцнення конкурентних позицій DESTИНАЦІЇ.

**Ключові слова:** мобільні додатки, туристичні DESTИНАЦІЇ, цифровий маркетинг, розробка додатків, інновації у туризмі.

### **Abstract**

The master's thesis explores mobile applications as a tool for promoting tourist destinations in the modern digital environment. The study examines the theoretical aspects of using mobile technologies in tourism, their impact on the promotion of tourist locations, and the creation of unique travel experiences. Particular attention is paid to the functional features of mobile applications, including interactive maps, personalized recommendations, virtual tours, and trip planning tools. In the practical part, the author developed a conceptual prototype of a mobile application designed to promote a specific tourist destination. The prototype demonstrates key features aimed at enhancing user experience, such as a

er-friendly interface, integration with social media, and personalization options. Based on the developed prototype, practical recommendations are provided for creating effective mobile applications for the tourism sector, focused on attracting tourists and strengthening the competitive position of destinations.

**Keywords:** mobile applications, tourist destinations, digital marketing, app development, tourism innovations.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

\_\_\_\_\_ В.В. Могущий

## ВСТУП

*Актуальність теми.* Світові зміни, що відбуваються в економіці протягом останніх років, а також процеси її реструктуризації, формують нову роль туристичного бізнесу, який має значний вплив на економічні та соціальні процеси. Попри кризові явища, туристичний бізнес залишається привабливим для інвесторів, і це пояснюється зростаючим попитом на туристичні послуги при одночасному дефіциті пропозиції в цій сфері. У таких умовах просування туристичних DESTINAЦІЙ через мобільні додатки стає особливо актуальним.

Мобільні додатки відіграють ключову роль у формуванні сучасного туристичного досвіду. Вони забезпечують зручний доступ до інформації про DESTINAЦІЇ, маршрути, готелі, атракції та багато інших послуг. Завдяки цим додаткам туристи можуть швидко отримувати актуальні дані, порівнювати ціни та читати відгуки, що суттєво полегшує прийняття рішень. Це особливо важливо в умовах зростаючої конкуренції, де кожен момент може стати вирішальним у виборі DESTINAЦІЇ.

Крім того, мобільні додатки дозволяють туристичним компаніям і DESTINAЦІЯМ активно взаємодіяти з потенційними клієнтами. Використання push-сповіщень для повідомлення про акції, знижки або нові послуги допомагає підтримувати інтерес і залучати нових відвідувачів. Актуальні пропозиції, спеціальні пакети для груп, акції в певні сезони — все це може бути ефективно просунуто через мобільні платформи.

В умовах глобальних викликів, таких як пандемії або економічні кризи, мобільні додатки можуть допомогти туристичним DESTINAЦІЯМ адаптуватися до змінюваного попиту. Наприклад, додатки можуть надавати інформацію про заходи безпеки, умови подорожі та зміни в правилах в'їзду, що дозволяє туристам відчувати себе більш впевнено під час планування поїздок. Це також може включати інтеграцію з сервісами бронювання, що робить процес планування подорожі ще зручнішим.

Мобільні додатки також створюють можливості для збору даних про поведінку та уподобання туристів, що може бути використано для покращення пропозицій і сервісів. Аналіз даних дозволяє туристичним компаніям краще розуміти потреби своїх клієнтів і адаптувати свої стратегії відповідно до їхніх вимог. Це може включати персоналізацію пропозицій, що є особливо важливим у сучасному світі, де туристи шукають унікальні та індивідуальні враження.

Отже, мобільні додатки виступають потужним інструментом для просування туристичних дестинацій, дозволяючи не лише залучати нових відвідувачів, але й забезпечувати їхній комфорт і безпеку під час подорожей. У сучасному світі, де зміни відбуваються швидко, а потреби споживачів постійно еволюціонують, використання технологій стає необхідністю для успішного розвитку туристичного бізнесу. Таким чином, жодні глобальні виклики не повинні ослаблювати потенціал просування туристичних дестинацій, а навпаки — підштовхувати до впровадження нових технологій і інновацій.

Проблеми просування туристичних дестинацій досліджували багато науковців, які внесли вагомий вклад у цю сферу. Серед них Філіп Котлер, який акцентує увагу на важливості брендингу та позиціонування дестинацій у свідомості споживачів. Бенджамін Д. Тейлор вивчає взаємодію між туристичними підприємствами та споживачами, підкреслюючи вплив маркетингових стратегій на вибір дестинацій. Гаррісон Харт аналізує екологічні та соціальні чинники, що впливають на сталий розвиток дестинацій, тоді як Багадур Д. Чаудхрі досліджує роль інформаційних технологій у просуванні.

Просування туристичних дестинацій в Україні досліджували ряд вітчизняних науковців. Серед них можна виділити Олену Рублевську, яка аналізує вплив маркетингових стратегій на розвиток туристичних регіонів. Сергій Бабій звертає увагу на роль інформаційних технологій у просуванні туристичних продуктів та послуг, підкреслюючи важливість цифрових

платформ для залучення туристів. Вікторія Мельник досліджує аспекти брендингу українських DESTИНАЦІЙ, акцентуючи на необхідності створення унікального іміджу для підвищення їх конкурентоспроможності.

Використання мобільних додатків в туризмі досліджували різні науковці, як закордонні, так і вітчизняні. Наприклад, Джейн Долан зосереджується на впливі мобільних додатків на споживчий досвід і їхній потенціал для покращення навігації туристів. Олександр Бондар аналізує роль мобільних технологій у створенні інтерактивних маршрутів, підкреслюючи їх значення для залучення туристів. Віра Вовк досліджує питання безпеки даних та конфіденційності у мобільних додатках, акцентуючи на важливості довіри споживачів. Сергій Петренко розглядає адаптацію мобільних додатків до потреб користувачів і проблеми, пов'язані з їх інтеграцією в існуючу туристичну інфраструктуру.

*Об'єктом роботи* – просування туристичних DESTИНАЦІЙ.

*Предметом роботи* виступає просування туристичних DESTИНАЦІЙ за рахунок мобільних додатків.

*Мета роботи* – дослідити перспективи застосування мобільних додатків для просування туристичних DESTИНАЦІЙ.

В роботі відтворене послідовне вирішення наступних завдань:

- з'ясувати сутність поняття туристичної DESTИНАЦІЙ та її основні характеристики;
- розглянути моделі та підходи до просування туристичних DESTИНАЦІЙ;
- проаналізувати основні інструменти просування туристичних DESTИНАЦІЙ на міжнародному ринку;
- розглянути цифрові технології та їх роль у маркетингу туристичних DESTИНАЦІЙ;
- проаналізувати популярні мобільні додатки для туристів;
- узагальнити особливості функціональності мобільних додатків;
- оцінити вплив мобільних додатків на вибір туристичних маршрутів і DESTИНАЦІЙ;

- проаналізувати перспективи розвитку мобільних додатків як інструменту для просування туристичних дестинацій та вплив нових технологій (AR VR) на розвиток мобільних додатків у туризмі.

*Теоретико-методологічною основою та інформаційною базою дослідження* виступили праці вітчизняних і зарубіжних вчених і фахівців в галузі управління туризмом, загальнодержавні і регіональні програми розвитку туризму, нормативно-правові акти, методичні посібники, матеріали періодичної преси і наукових конференцій, статистика розвитку туризму в Україні.

*Методи дослідження.* У роботі використані наступні методи: абстрактно-логічний (при вивченні останніх наукових публікацій і досягнень практики по темі; при оцінці власних результатів на фоні вже відомих знань; при виділенні невирішених завдань; при розробці конкретних цілей дослідження) та системного аналізу, графічний (побудова графіків, діаграм) та статистичний (при встановленні факторів впливу на результуючий показник), економіко-математичний метод.

*Структура та обсяг роботи.* Робота викладена на 75 сторінках комп'ютерного тексту, складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Робота містить 3 таблиць, 14 рисунки і список використаних джерел із 64 найменувань.



# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

### 1.1. Поняття туристичної дестинації та її основні характеристики

Формування сучасної туристської галузі, як складної економічної, соціальної та екологічної системи, ґрунтується на взаємодії її суб'єктів, тобто туристів, та об'єктів – туристичних дестинацій. Саме туристична дестинація є ключовим компонентом системи туризму, оскільки її формують функціонально пов'язані елементи (туристичні ресурси, туристична та загальна інфраструктура території, трудовий потенціал та органи управління), які розташовані на певній території, що мають інформаційно-комунікаційні структури для забезпечення виконання стратегії та тактики виробництва та реалізації туристського продукту, спрямовані на ефективну економічну, соціальну та екологічну діяльність у ній.

В даний час у вітчизняній та зарубіжній літературі не склався єдиний підхід до визначення сутності поняття «туристична дестинація». Зумовлено це, по-перше, відсутністю єдиного міжнародного термінологічного апарату на цю тематику за наявності безлічі трактувань сутності туристичних дестинацій, що відрізняються підходами до обґрунтування її функцій, складових елементів, призначення в економічній системі. По-друге, у вітчизняній нормативно-правовій бази не закріплено змісту поняття туристської дестинації, при активному вживанні даного терміну у законодавчій практиці. Вітчизняна наукова база та законодавство з управління розвитком туризму найчастіше ототожнює поняття туристичної дестинації з такими поняттями, як «туристичний центр», «туристський продукт», «туристська індустрія», «туристський регіон», що розмиває уявлення про сутність та призначення туристських дестинацій. По-третє, туристська дестинація – поняття комплексне і багатогранне, що вимагає

різнобічного вивчення, як боку науки, і ефективного управління. Саме це і зумовлює необхідність розгляду основних наукових підходів до розуміння походження, сутнісних характеристик туристської дестинації та уточнення її ключових особливостей.

Сьогодні існують різні думки серед українських та іноземних науковців щодо точного визначення поняття «дестинація». Дестинація (від лат. *destino* — «призначення», «місцезнаходження») являє собою географічну територію, що приваблює туристів завдяки своїм унікальним або специфічним туристично-рекреаційним ресурсам і відповідній інфраструктурі. Ці ресурси та інфраструктура формують готовий туристичний продукт, створений для задоволення широкого спектра потреб туристів. Іншими словами, це місце, куди прямує турист для досягнення цілей своєї подорожі.

Згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО, UNWTO), дестинація — це фізичний простір, де відвідувач проводить щонайменше одну добу. Вона включає туристичні продукти, такі як послуги та атракції, а також туристичні ресурси, доступні в межах одного дня подорожі. Цей простір має чітко визначені фізичні та адміністративні кордони, що впливають на його управління, формування іміджу та репутації, а також визначають його конкурентоспроможність на туристичному ринку [14].

Д. Пірс розглядає поняття дестинації як місце, яке залишає у туристів різноманітні враження, емоції та досвід після відвідування. Він вважає, що саме ці враження формують основу для сегментації туристичного ринку. Мотивація туристів, на його думку, є ключовим фактором, що впливає на прогнози туристичних потоків до конкретної дестинації.

Один із відомих визначень надає Філіп Котлер, який описує туристичну дестинацію як «географічну область, що пропонує туристам ресурси та послуги для відпочинку, дозвілля та культурного розвитку». Це визначення акцентує увагу на важливості як природних, так і культурних ресурсів, які можуть залучати туристів [10].

У сучасному Оксфордському туристичному словнику термін «дестинація» визначається як «країна, регіон, місто та інші території, що приваблюють туристів. Це основні місця для здійснення туристичної діяльності, а також для формування потоків туристів і їх витрат.

Вітчизняні науковці також вносять свій внесок у визначення терміна «туристична дестинація». С. Дробот акцентує увагу на важливості культурно-історичних ресурсів, які формують туристичну привабливість території, зазначаючи, що дестинація повинна включати унікальні об'єкти, здатні задовольнити різноманітні потреби туристів. Т. Ткаченко визначає туристичну дестинацію як об'єкт, що має специфічні туристично-рекреаційні ресурси, доступні завдяки відповідній інфраструктурі та пропоновані у формі готового туристичного продукту. І. Костюченко розглядає дестинацію як комплексний об'єкт, що об'єднує в собі різноманітні елементи, такі як природні ресурси, культурні атракції, інфраструктуру та обслуговування, що впливають на досвід туристів. О. Мельник підкреслює, що туристична дестинація повинна мати чіткі територіальні та адміністративні межі для забезпечення ефективного управління та розвитку туристичного продукту.

У Законі України «Про туризм» зазначено, що «туристична дестинація – це місце призначення туристичної подорожі (поїздки, туру, екскурсії), яке відвідується особами, які не є постійними жителями цієї місцевості і не входять до категорії місцевого населення. Це може бути територія, місцевість, місто, населений пункт або туристичний центр».

Таким чином, туристична дестинація може бути зрозуміла як складна система, що включає географічні, соціальні, культурні та економічні аспекти, і її визначення варіюється залежно від акцентів різних вчених.

Підходи до трактування поняття «туристична дестинація» відображають різноманітність поглядів на роль і функції цього явища в туристичній галузі. Одні дослідники акцентують увагу на фізичному аспекті дестинації, інші — на її управлінській і маркетинговій складових (рис.1.1).

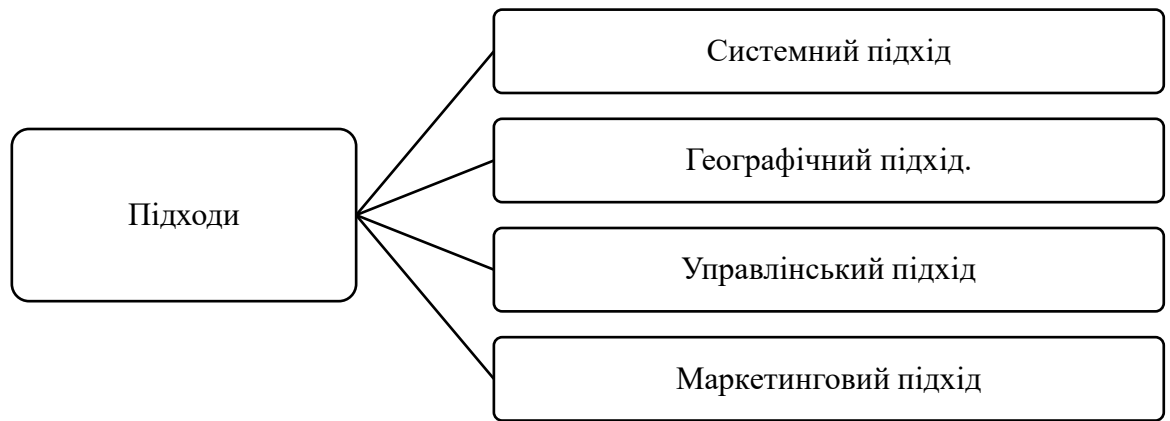


Рис.1.1. Підходи до трактування поняття «туристична дестинація»

*\*Складено автором*

1. Географічний підхід. Туристична дестинація розглядається як конкретна географічна територія з чіткими межами. Вона приваблює туристів завдяки наявності унікальних або специфічних природних, культурних чи історичних ресурсів. При цьому важливою є наявність інфраструктури, що забезпечує доступність дестинації та комфорт для туристів. Цей підхід підтримують такі вчені, як О. Любіцева, яка підкреслює, що дестинація — це територія з ресурсами та інфраструктурою для туризму.

2. Системний підхід. Дестинація розглядається як складна система, що поєднує різні елементи: туристичні ресурси, інфраструктуру, послуги та управлінські структури.

3. Маркетинговий підхід. Дестинація трактується як бренд, що має власний імідж і репутацію на туристичному ринку. Вчені, такі як Ф. Рітчі, звертають увагу на те, що успіх дестинації залежить від її позиціонування на ринку, ефективності маркетингових комунікацій та сприйняття туристами.

4. Управлінський підхід. В межах цього підходу дестинація розглядається як об'єкт управління, який вимагає скоординованих дій різних суб'єктів господарювання для забезпечення її конкурентоспроможності. Т. І. Ткаченко підкреслює важливість інтегрованого управління та використання

маркетингових інструментів для формування привабливого туристичного продукту.

Кожен із цих підходів підкреслює окремі аспекти туристичної дестинації: від її фізичних характеристик до управлінських і маркетингових механізмів, що сприяють її розвитку та залученню туристів.

Туристична дестинація – це не просто географічна територія, яка приваблює мандрівників, але й комплекс об'єктів та послуг, що забезпечують повноцінний туристичний досвід. Не кожна територія може вважатися туристичною дестинацією, оскільки для цього вона повинна відповідати певним критеріям, які визначають її привабливість і конкурентоспроможність на туристичному ринку (рис.1.2).



Рис.1.2. Критерії туристичної дестинації

*\*Складено автором*

Перш за все, транспортна доступність є ключовою вимогою для будь-якої туристичної дестинації. Місце повинно бути легкодоступним для подорожуючих, як на національному, так і міжнародному рівнях. Це може включати добре розвинену мережу доріг, наявність аеропортів, вокзалів, а також зручні та регулярні транспортні сполучення. Окрім того, важливим є забезпечення стандартного набору послуг для комфортного перебування туристів. Це включає трансфер до місця проживання, можливості для

розміщення різного рівня комфорту (готелі, хостели), харчування та інші сервіси, необхідні для задоволення базових потреб туристів.

Другим важливим критерієм є наявність цікавих туристичних локацій, які є привабливими для відвідувачів. Це можуть бути пам'ятки історії, культури, архітектури, релігійні об'єкти, природні парки або інші унікальні місця, які становлять культурно-історичну або природну цінність. Однак, окрім традиційних туристичних місць, цікавими також можуть бути й промислові об'єкти.

Сучасна туристична дестинація повинна також враховувати технологічний прогрес. Наявність інформаційних систем і новітніх ІТ-технологій є одним із визначальних критеріїв для успішного просування території як туристичної дестинації. Інформаційні системи дозволяють туристам отримувати необхідну інформацію про місце, планувати подорож, бронювати послуги та здійснювати покупки онлайн. Для цього часто використовують автоматичні робочі місця (АРМ) або системи комп'ютерного бронювання, що значно спрощує процес організації подорожі. Додатково, можливість попереднього огляду вибраних локацій через віртуальні тури або онлайн-презентації також сприяє просуванню дестинації та її продуктів на ринку туристичних послуг.

Таким чином, для того щоб територія могла стати туристичною дестинацією, вона повинна відповідати ряду критеріїв, включаючи транспортну доступність, наявність привабливих туристичних об'єктів та розвинену інфраструктуру послуг, а також використовувати сучасні інформаційні технології для управління та просування туристичного продукту.

Основні складові туристичної дестинації є критично важливими для забезпечення її привабливості та успішності в туристичному бізнесі (рис.1.3):

- Природні ресурси: Це природні елементи, які приваблюють туристів, такі як гори, пляжі, ліси, ріки та озера. Вони створюють

можливості для активного відпочинку, екологічного туризму та інших видів рекреації.

- Культурні ресурси: Дестинації, що мають багатий культурний спадок, історичні пам'ятки, фестивалі та традиції, можуть залучати туристів, які шукають нові враження та знання про інші культури. Культурні атракції, такі як музеї, театри, архітектурні пам'ятники, стають важливими елементами туристичної привабливості.



Рис.1.3. Основні складові туристичної дестинації

*\*Складено автором*

- Інфраструктура: Якість і розвиненість туристичної інфраструктури (готелі, ресторани, транспорт, інформаційні центри) відіграють вирішальну роль у забезпеченні комфортного перебування туристів. Добре налагоджена інфраструктура підвищує задоволеність відвідувачів та може впливати на їхні рішення про повернення до дестинації.
- Маркетинг та реклама: Ефективні маркетингові стратегії, які враховують цільову аудиторію, є важливими для просування дестинацій на ринку. Сучасні методи, такі як використання

соціальних медіа, онлайн-реклами та участі у виставках, допомагають створити позитивний імідж дестинації та залучити більше туристів.

- Соціально-економічний контекст: Туристична дестинація функціонує в рамках певної соціально-економічної системи, де вона взаємодіє з місцевим населенням, бізнесом та органами влади. Економічний розвиток регіону може суттєво впливати на якість туристичних послуг та інфраструктури, а також на стабільність та процвітання самої дестинації.

Туристичні дестинації є динамічними системами, які підлягають змінам під впливом різноманітних факторів, таких як економічні коливання, соціальні тренди, технологічні інновації та зміни у споживацьких уподобаннях. Наприклад, розвиток мобільних технологій і соціальних мереж змінив способи просування дестинацій і комунікації з потенційними туристами.

Туристична дестинація може також стикатися з викликами, такими як перенаселеність, негативний вплив на довкілля, а також потреба у підтримці балансу між розвитком туризму та збереженням культурної спадщини. Таким чином, управління туристичними дестинаціями потребує комплексного підходу, що враховує всі аспекти — від екологічних до соціальних і економічних.

Туристичні дестинації відіграють ключову роль у розвитку туристичної галузі, виконуючи кілька важливих функцій. По-перше, вони служать центрами економічної активності, залучаючи інвестиції та сприяючи створенню робочих місць у сферах, пов'язаних із туризмом, таких як готельний бізнес, ресторанна справа, транспорт та послуги. Це, в свою чергу, підвищує рівень життя місцевих жителів і сприяє розвитку регіональної економіки.

По-друге, туристичні дестинації є платформою для культурного обміну. Вони надають можливість туристам ознайомитися з місцевими



традиціями, звичаями, кухнею та мистецтвом, що сприяє збагаченню культурного досвіду обох сторін. Це також може призвести до підвищення зацікавленості у збереженні культурної спадщини та історичних пам'яток.

По-третє, DESTИНАЦІЇ забезпечують відпочинок і розваги для туристів. Вони пропонують різноманітні види активностей, такі як екскурсії, спортивні змагання, культурні заходи та інші форми відпочинку, які задовольняють різноманітні інтереси і вподобання. Це допомагає туристам знімати стрес і відновлювати сили.

Окрім того, туристичні DESTИНАЦІЇ виконують функцію сприяння сталому розвитку. Залучаючи туристів, вони можуть впроваджувати практики, які захищають довкілля і сприяють раціональному використанню природних ресурсів. Наприклад, екологічний туризм пропагує збереження природи і охорону навколишнього середовища, за що отримують підтримку не тільки з боку місцевих жителів, але й від державних структур.

Нарешті, DESTИНАЦІЇ виконують функцію формування іміджу регіону або країни. Вони можуть стати брендом, що привертає увагу іноземних туристів, сприяючи збільшенню міжнародного визнання та популярності. Це важливо для країни, оскільки позитивний імідж може залучити не тільки туристів, а й інвесторів, що позитивно вплине на загальний економічний розвиток.

Таким чином, поняття туристичної DESTИНАЦІЇ є багатограним і складним. Воно охоплює різні аспекти, які впливають на формування туристичного іміджу регіону, а також на його привабливість для туристів. Розуміння специфіки та характеристик туристичних DESTИНАЦІЙ є важливим для розробки ефективних стратегій їх розвитку та просування, що, в свою чергу, сприяє успішному функціонуванню індустрії туризму в цілому.

## 1.2. Моделі та підходи до просування туристичних дестинацій

Просування туристичних дестинацій є ключовою частиною розвитку туристичної галузі, оскільки воно визначає, як та в якому масштабі регіони, міста або країни залучають туристів. Залежно від специфіки дестинації та її конкурентних переваг, використовуються різні моделі та підходи до просування, які враховують не лише традиційні методи маркетингу, а й сучасні технологічні інновації та стратегічне управління (рис.1.4).

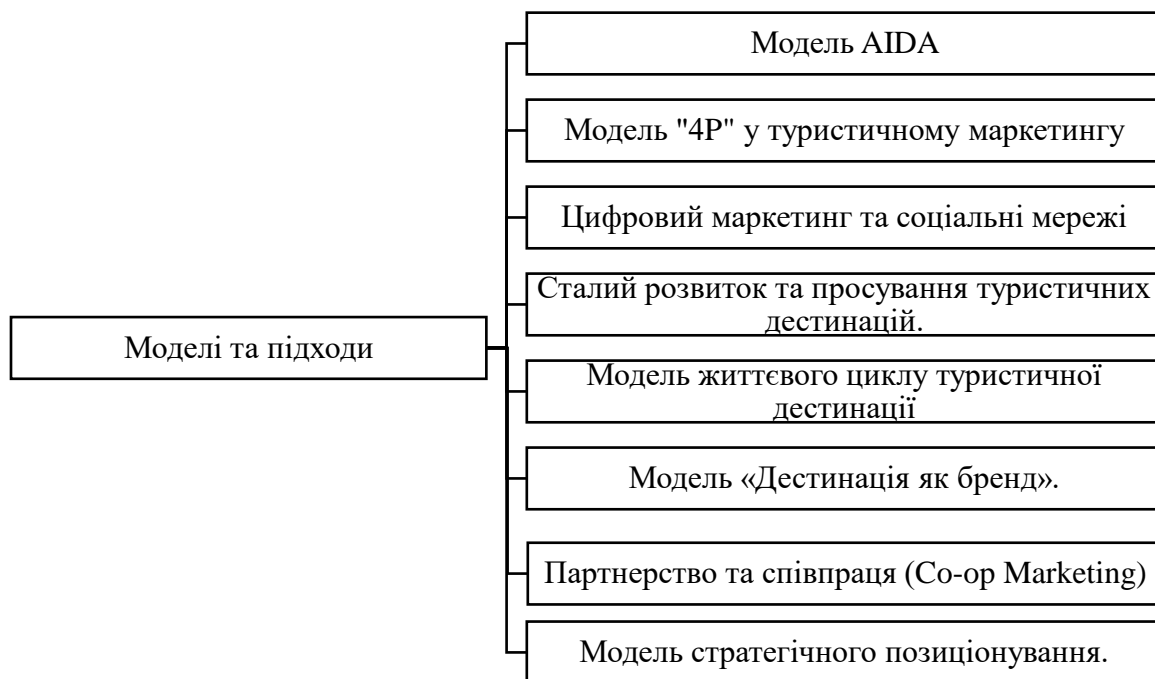


Рис.1.4. Основні моделі та підходи, що використовуються для просування туристичних дестинацій

*\*Складено автором*

Розглянемо детально основні моделі та підходи, що використовуються для просування туристичних дестинацій:

1. Модель «4P» у туристичному маркетингу – це класична маркетингова модель адаптована для просування туристичних продуктів і базується на чотирьох основних елементах, кожен з яких відіграє важливу роль у створенні та просуванні туристичної дестинації:

- Product (Продукт). Важливо визначити, що саме дестинація пропонує туристам. Це можуть бути природні або культурні пам'ятки, туристична інфраструктура, особливі заходи, а також унікальні туристичні продукти, які відрізняють дестинацію від конкурентів. Крім того, в сучасному туризмі велике значення має «досвід» як частина продукту — емоції та враження, які туристи отримують під час подорожі. Наприклад, такі продукти можуть включати екстремальний відпочинок, екотуризм, культурні маршрути або гастрономічні тури.

- Price (Ціна). Ціноутворення відіграє важливу роль у просуванні дестинації, оскільки воно безпосередньо впливає на туристичні потоки. Для масових ринків важлива доступність, тому ціни мають бути конкурентоспроможними. З іншого боку, для преміум-сегменту можна пропонувати більш високі ціни, якщо продукт орієнтований на унікальний або розкішний досвід. Гнучка цінова стратегія дозволяє залучати різні категорії туристів і враховувати сезонність попиту.

- Place (Місце). Географічне розташування дестинації та її доступність є важливими факторами у просуванні. Тут ідеться про транспортну інфраструктуру, зручність перевезень, наявність аеропортів, залізничних та автобусних сполучень. Чим легше дістатися до дестинації, тим привабливіша вона для туристів.

- Promotion (Просування). Основні канали комунікації та реклами дестинації мають бути ретельно відібрані. Це можуть бути рекламні кампанії в медіа, участь у туристичних виставках, організація промо-турів для журналістів та блогерів, використання соціальних мереж, партнерство з турагентствами тощо. Використання цифрових технологій, таких як платформи онлайн-бронювання, також є важливою частиною стратегії просування [53].

2. Модель AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) є однією з класичних у маркетингу і часто використовується для побудови ефективних рекламних кампаній [46]. Вона передбачає кілька етапів залучення туриста:

- Attention (Увага). На цьому етапі головне — привернути увагу потенційного туриста до дестинації. Це можна зробити за допомогою яскравих візуальних образів, емоційних відеороликів або нестандартних PR-кампаній. Важливо показати унікальність місця або заходу.

- Interest (Інтерес). Після привернення уваги необхідно зацікавити туриста, пропонуючи йому конкретну інформацію про дестинацію: розповісти про цікаві туристичні об'єкти, особливості культури, можливості для активного відпочинку чи гастрономічні атракції.

- Desire (Бажання). Важливо викликати у потенційного туриста бажання відвідати дестинацію. На цьому етапі активно використовуються емоційні стратегії, включаючи вплив через відгуки, рекомендації впливових людей, а також історії від попередніх відвідувачів.

- Action (Дія). Завдання цього етапу — мотивувати туриста до дії, тобто здійснити бронювання або купити квитки. Це досягається через спеціальні пропозиції, акції, знижки, а також зручні та швидкі способи бронювання онлайн.

3. Модель «Дестинація як бренд». Створення сильного бренду туристичної дестинації є потужним інструментом у просуванні. Цей підхід базується на тому, щоб зробити дестинацію впізнаваною та асоціювати її з певними емоціями, характеристиками або цінностями [55]. Брендинг туристичної дестинації включає такі елементи:

- Логотип та візуальна ідентичність. Логотип, кольори, шрифти та загальний стиль повинні бути легко впізнаваними та викликати позитивні асоціації у туристів.

- Слоган. Успішні туристичні дестинації часто використовують короткі, але влучні слогани, які відображають унікальність дестинації. Наприклад, «I ♥ NY» для Нью-Йорка або «Incredible India» для Індії.

- Історії та наративи. Частиною бренду є створення історій, які розповідають про дестинацію. Це можуть бути міфи, легенди, або сучасні наративи, що описують місцеві традиції та культуру.

4. Сталий розвиток та просування туристичних дестинацій. Сталий розвиток стає все більш актуальним у сфері туризму, оскільки туристичні дестинації стикаються з викликами перенаселення, екологічного впливу та збереження культурної спадщини [29]. Підхід сталого розвитку в просуванні дестинацій включає:

- Екологічні ініціативи. Використання екологічно чистих технологій, мінімізація відходів, а також збереження природних ресурсів. Дестинації, які активно впроваджують екологічні практики, приваблюють свідомих туристів.

- Збереження культури та автентичності. Під час просування дестинації важливо зберігати місцеві традиції та культурні цінності. Це може включати підтримку місцевих ремесел, проведення культурних фестивалів або створення екскурсій, що знайомлять з автентичною культурою регіону.

- Взаємодія з місцевими громадами. Сталий туризм передбачає активну участь місцевих громад у розробці та просуванні дестинацій, забезпечуючи їм економічні вигоди та підтримку розвитку.

5. Модель стратегічного позиціонування. Дана модель передбачає виокремлення унікальних конкурентних переваг туристичної дестинації та формування її позитивного іміджу [25]. Стратегічне позиціонування дестинації може базуватися на кількох аспектах:

- Природні ресурси: Дестинації, які мають унікальні природні ландшафти, можуть позиціонуватися як екотуристичні або пригодницькі напрямки.
- Культурна спадщина: Регіони з багатою історією та культурними пам'ятками можуть розвивати культурний або історичний туризм.
- Подієвий туризм: Позиціонування дестинації через організацію міжнародних фестивалів, спортивних заходів або культурних подій.

7. Партнерство та співпраця, або кооперативний маркетинг, є важливими інструментами для ефективного просування туристичних дестинацій. Цей підхід передбачає об'єднання ресурсів, знань і досвіду

кількох учасників туристичної індустрії, що дозволяє знижувати витрати на маркетинг і рекламні кампанії. Наприклад, готелі, ресторани, туристичні агентства та інші постачальники послуг можуть спільно створювати пакети туристичних пропозицій, які об'єднують проживання, харчування та розваги. Такі спільні ініціативи сприяють залученню нових клієнтів та збільшенню потоку туристів до регіону.

Кооперативний маркетинг також дозволяє учасникам спільно брати участь у виставках, форумах та інших заходах, що підвищує їх видимість на ринку. Крім того, співпраця з державними установами та місцевими органами влади може забезпечити доступ до фінансової підтримки і ресурсів для розвитку туристичної інфраструктури. Завдяки такому підходу туристичні дестинації можуть краще адаптувати свої пропозиції до потреб споживачів, підвищуючи свою конкурентоспроможність та привабливість на міжнародному ринку.

7. Цифровий маркетинг та соціальні мережі. З розвитком інтернету і цифрових технологій маркетинг туристичних дестинацій перейшов на новий рівень [2]. Соціальні мережі, цифрові платформи та мобільні додатки стали ключовими інструментами просування:

- Соціальні мережі: Instagram, Facebook, TikTok та інші платформи дозволяють туристичним дестинаціям напряму взаємодіяти з туристами, створювати бренд і вірусний контент.
- Віртуальні тури: Віртуальні тури та 360-градусні відео дають можливість туристам попередньо ознайомитися з дестинацією, що сприяє прийняттю рішення про подорож.
- Контент-маркетинг: Створення якісного контенту, що викликає інтерес до дестинації, є одним з головних аспектів сучасного просування. Блоги, огляди, відео та статті про туристичні місця можуть підвищити впізнаваність і привернути нових туристів.

Таким чином, успішне просування туристичних дестинацій вимагає стратегічного підходу, що поєднує традиційні маркетингові методи з сучасними інноваціями та враховує довгострокові цілі сталого розвитку.

### 1.3. Основні інструменти просування туристичних дестинацій на міжнародному ринку

Просування туристичних дестинацій на міжнародному ринку є складним і багатограним процесом, що включає в себе різноманітні інструменти та стратегії. Кожен з цих інструментів має свої специфічні особливості та цілі, спрямовані на залучення туристів і підвищення популярності певної дестинації. Основні інструменти просування представлено на рис.1.5.

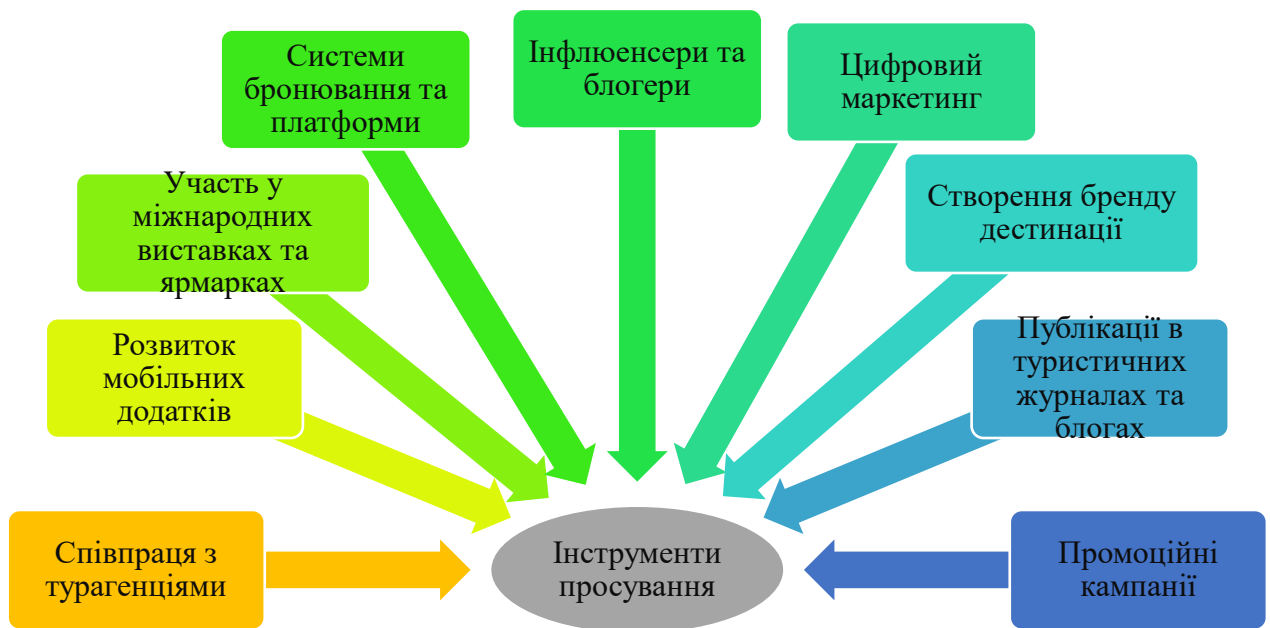


Рис.1.5. Основні інструменти просування туристичних дестинацій на міжнародному ринку

*\*Складено автором*

Розглянемо детально основні інструменти просування туристичних дестинацій на міжнародному ринку:

1. Цифрові технології значно трансформували туристичну галузь. Сьогодні туристи широко використовують інтернет для пошуку та бронювання подорожей, тому онлайн-просування є одним із ключових інструментів у просуванні дестинацій [21].

Соціальні мережі Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, YouTube та інші платформи є потужними інструментами для залучення туристів. Вони дозволяють безпосередньо взаємодіяти з аудиторією, створювати цікаві та інтерактивні публікації, проводити рекламні кампанії та залучати користувачів до діалогу.

SEO (оптимізація для пошукових систем) - забезпечення видимості сайту дестинації в пошукових системах, таких як Google, є критично важливим для залучення туристів. SEO включає використання ключових слів, оптимізацію контенту та технічних аспектів веб-сайту, щоб він відображався на верхніх позиціях у пошукових запитах.

Контент-маркетинг - важливо створювати унікальний і цікавий контент, що висвітлює дестинацію. Це можуть бути статті, блоги, путівники, відео, фотографії та інші форми інформації, які не лише інформують, але й надихають потенційних туристів на відвідування.

Мобільні додатки - розробка власних мобільних додатків дозволяє туристам легко планувати свої подорожі, бронювати готелі, екскурсії, отримувати інформацію про місцеві події, використовувати інтерактивні карти та інші зручні функції, що покращують їхній досвід [45].

2. Партнерства з туристичними агентствами. Співпраця з туристичними агентствами та туроператорами на міжнародному рівні є важливим інструментом для просування дестинацій [60]. Ця співпраця може мати різні форми:

- Спільні рекламні кампанії - дестинація може працювати з агентствами, створюючи спільні рекламні матеріали, які пропонують спеціальні тури або акції. Це дозволяє туроператорам просувати дестинацію на своїх платформах, що розширює аудиторію і збільшує впізнаваність.



- Тренінги для турагентів - навчання агентів особливостям і унікальностям дестинації допомагає їм краще продавати подорожі до цього регіону. Це може включати семінари, вебінари або навіть індивідуальні ознайомчі поїздки.

Дестинації можуть запросити відомих блогерів або інфлюенсерів для відвідування регіону з метою створення контенту, який буде розповсюджуватися серед їх підписників. Це можуть бути фото, відео, статті, що описують враження від подорожі.

Інфлюенсери можуть брати участь у спеціальних акціях або конкурсах, які сприяють залученню нової аудиторії, пропагуючи туристичний продукт дестинації.

3. Участь у міжнародних туристичних виставках та ярмарках є важливим інструментом для прямого просування дестинацій серед професіоналів туристичної галузі. Це можливість презентувати свою дестинацію потенційним партнерам, туроператорам, агентствам та журналістам [60].

Виставки дозволяють дестинаціям зустрітися з потенційними партнерами і укласти нові угоди на просування регіону. Можливість проводити презентації і демонстрації культурних особливостей та туристичних можливостей регіону.

На виставках активно розповсюджуються брошури, сувеніри, путівники, які допомагають привернути увагу відвідувачів до дестинації.

4. Реклама в традиційних медіа. Попри розвиток цифрових технологій, традиційні медіа, такі як телевізійна реклама, друковані видання та радіо, залишаються важливими інструментами просування туристичних дестинацій.

Рекламні ролики, що показують природні красоти та туристичні пам'ятки, мають великий вплив на широку аудиторію і можуть бути ефективними для залучення туристів із різних країн.

Туристичні журнали та видання також є важливим засобом просування DESTINAЦІЙ. Вони дозволяють залучати специфічні аудиторії, які цікавляться подорожами і шукають нові напрямки.

Реклама на радіо або участь у популярних подкастах, присвячених подорожам, дозволяє досягти туристів, які можуть використовувати ці медіа у своїх щоденних активностях.

5. Культурні та тематичні події. Організація спеціальних подій і фестивалів є потужним інструментом залучення туристів до DESTINAЦІЇ [5]. Це можуть бути:

- Культурні фестивалі - присвячені музиці, мистецтву, історії чи гастрономії, допомагають DESTINAЦІЯМ привернути увагу міжнародної аудиторії.

- Спортивні події - організація міжнародних спортивних змагань (футбол, теніс, марафони) також сприяє залученню туристів, які цікавляться активним відпочинком.

- Міжнародні конференції та саміти - діловий туризм також є важливим сегментом ринку. Організація великих міжнародних конференцій, виставок і форумів допомагає залучити туристів, зацікавлених у бізнесі та професійному розвитку.

6. Системи онлайн-бронювання. Використання міжнародних систем онлайн-бронювання, таких як Booking.com, Airbnb, Expedia, дозволяє туристичним DESTINAЦІЯМ бути доступними для широкої міжнародної аудиторії [59].

Присутність DESTINAЦІЇ на цих платформах дозволяє туристам з усього світу легко знайти та забронювати готелі, екскурсії або інші послуги. Туристи часто довіряють відгукам інших мандрівників, тому наявність позитивних рецензій може значно підвищити привабливість DESTINAЦІЇ

7. Промоційні кампанії спрямовані на залучення уваги до певних подій, свят або акцій, що проходять у DESTINAЦІЇ:

- Сезонні акції - розробка спеціальних пропозицій на певні сезони (літо, зима) або свята (Різдво, Великдень), що заохочують туристів відвідати дестинацію в цей період.
- Пакетні пропозиції - створення туристичних пакетів, які включають в себе проживання, харчування та екскурсії за зниженою ціною, стимулюючи туристів обирати дану дестинацію.

Узагальнюючи вище сказане, бачимо що просування туристичних дестинацій на міжнародному ринку вимагає комплексного підходу з використанням різних інструментів, що охоплюють як традиційні, так і новітні цифрові технології. Сильна стратегія, яка поєднує цифровий маркетинг, роботу з медіа, участь у міжнародних подіях та ефективний брендинг, допоможе дестинаціям залучати більше туристів та зміцнювати свій імідж на глобальному рівні.

#### **1.4. Цифрові технології та їх роль у маркетингу туристичних дестинацій**

Цифрові технології відіграють вирішальну роль у сучасному маркетингу туризму, значно змінивши способи взаємодії туристичних компаній з клієнтами та методи просування туристичних продуктів. Завдяки розвитку цифрових платформ, інструментів і технологій, туристичні оператори, готелі, авіакомпанії та інші гравці туристичної індустрії отримали можливість більш точно і ефективно таргетувати потенційних клієнтів, збільшувати свою видимість та залучати нову аудиторію.

Таким чином, цифрові технології значно трансформують маркетинг у сфері туризму, дозволяючи компаніям бути більш адаптивними, ефективними та орієнтованими на потреби споживачів.

На рис.1.7 представлено цифрові технології у маркетинговій туристичній діяльності.

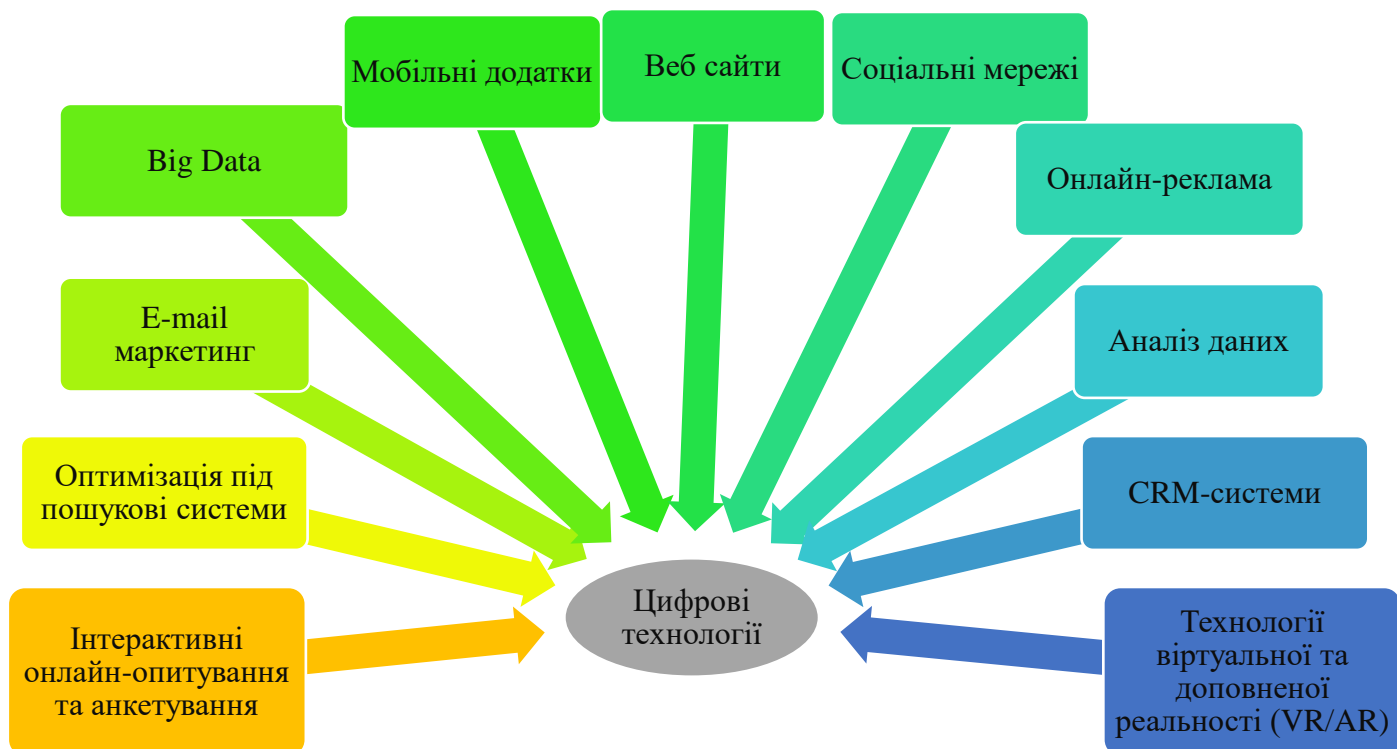


Рис.1.7. *Цифрові технології у маркетингу туристичних дестинацій*

*\*Складено автором*

*Соціальні мережі* стали одним з найважливіших інструментів цифрового маркетингу в туристичній галузі, оскільки вони забезпечують унікальні можливості для просування дестинацій. Платформи, такі як Facebook, Instagram, YouTube та TikTok, дозволяють створювати візуально привабливий контент, який може зацікавити потенційних туристів і спонукати їх до дій [54].

По-перше, візуальний контент є ключовим елементом у соціальних мережах. Наприклад, Instagram і TikTok спеціалізуються на візуальному контенті, що дає змогу туристичним дестинаціям демонструвати свою красу через високоякісні фотографії та відео. Дестинації можуть використовувати Instagram Stories або Reels для публікації коротких відео, які показують найкращі моменти подорожі: красиві пейзажі, популярні атракції або унікальні місцеві традиції. Наприклад, на Instagram можна знайти профіль

певного курорту, який публікує щоденні знімки пляжів, розваг і страв, доступних на території, що приваблює потенційних відвідувачів.

По-друге, інтерактивність є важливою складовою просування DESTИНАЦІЙ у соціальних мережах. Багато платформ надають можливість взаємодії з аудиторією через коментарі, лайки та репости. Це сприяє створенню спільноти навколо DESTИНАЦІЇ. Наприклад, туристичні компанії можуть проводити конкурси або акції на Facebook, заохочуючи користувачів ділитися своїм досвідом подорожі або використовувати спеціальні хештеги, що допомагає залучити нових клієнтів і створити візуальний архів відгуків від мандрівників.

По-третє, таргетинг рекламних кампаній у соціальних мережах дозволяє DESTИНАЦІЯМ охоплювати специфічні сегменти туристів. Наприклад, за допомогою Facebook Ads туристичні організації можуть налаштовувати рекламу на базі інтересів, демографії та поведінки користувачів. Це означає, що рекламні оголошення можуть бути спрямовані на людей, які вже проявили інтерес до подорожей, відпочинку на пляжі або культурного туризму. Прикладом може служити реклама туристичного туру на Мальдіви, яка буде показана людям, що відвідують сторінки про тропічні курорти або активно цікавляться подорожами.

Крім того, взаємодія з інфлюенсерами є ще одним потужним інструментом просування. Туристичні DESTИНАЦІЇ можуть співпрацювати з популярними блогерами або інфлюенсерами в соціальних мережах, які мають значну аудиторію. Вони можуть відвідати DESTИНАЦІЮ, поділитися своїми враженнями та залучити своїх підписників. Наприклад, якщо відомий мандрівник публікує відео з враженнями про відвідання Італії, показуючи привабливі місця, місцеву кухню та культуру, це може надихнути його підписників планувати подорож до цієї країни.

Загалом, соціальні мережі є потужним інструментом, який дозволяє туристичним DESTИНАЦІЯМ ефективно взаємодіяти з потенційними туристами, створювати візуально привабливий контент, взаємодіяти з аудиторією та

точно націлювати свої рекламні кампанії. Це не лише допомагає залучати нових туристів, але й формувати позитивний імідж дестинації на міжнародному ринку.

Другий важливий аспект цифрових технологій у маркетингу туристичних дестинацій – це використання *систем пошукової оптимізації (SEO)* та контекстної реклами. SEO є ключовим інструментом для покращення видимості веб сайту туристичної дестинації в пошукових системах, таких як Google. Цей процес включає оптимізацію контенту сайту, використання ключових слів, які відповідають запитам користувачів, поліпшення швидкості завантаження сторінок та мобільної верстки. Наприклад, якщо туристична дестинація, така як Карпати, хоче залучити більше туристів, вони можуть створити контент, що містить популярні ключові слова, такі як "гірськолижні курорти в Карпатах" або "екскурсії в Карпатах". Це дозволяє їхньому вебсайту з'являтися на верхніх позиціях у результатах пошуку, коли потенційні туристи шукають інформацію про ці дестинації [52].

Крім того, використання ремаркетингу в контекстній рекламі є дуже ефективним. Ця стратегія дозволяє повторно показувати рекламу користувачам, які вже відвідали вебсайт дестинації, але не здійснили покупку. Наприклад, якщо турист відвідав сайт готелю в Трускавці, але не забронював номер, реклама цього готелю може з'явитися у нього на інших сайтах або у соціальних мережах. Це нагадує потенційному клієнту про дестинацію та може спонукати його повернутися для завершення бронювання.

Завдяки поєднанню SEO та контекстної реклами туристичні дестинації можуть не лише покращити свою видимість у мережі, але й залучити цільову аудиторію, що підвищує шанси на конверсії. Наприклад, популярні туристичні компанії, як-от Expedia або Booking.com, ефективно використовують ці інструменти, щоб привернути увагу потенційних туристів

до своїх пропозицій, що в результаті сприяє збільшенню їхньої частки на ринку.

*Мобільні додатки та платформи* для бронювання відіграють важливу роль у сучасній туристичній індустрії, оскільки мобільні пристрої стали основним інструментом для планування подорожей. Туристи очікують швидкого доступу до інформації та зручності під час планування відпочинку, що робить мобільні додатки важливим елементом для просування туристичних дестинацій. Ці додатки надають користувачам можливість легко знаходити і бронювати готелі, квитки, екскурсії та інші послуги, а також отримувати інформацію про дестинації в реальному часі [59].

Однією з ключових переваг мобільних додатків є доступ до персоналізованих пропозицій. Туристи можуть отримувати рекомендації, що відповідають їхнім індивідуальним уподобанням, на основі попередніх пошуків, вподобань або аналізу поведінки користувачів. Це дозволяє дестинаціям розробляти спеціальні акції та пропозиції для конкретних сегментів аудиторії, збільшуючи шанси на залучення клієнтів. Наприклад, мобільні додатки таких популярних платформ, як Booking.com або Airbnb, пропонують персоналізовані рекомендації щодо місць проживання, що відповідають уподобанням туриста, або екскурсій на основі попередніх пошуків.

Крім того, інтерактивні карти є ще одним важливим інструментом, який пропонують мобільні додатки. Вони дозволяють туристам орієнтуватися у нових місцях, знаходити туристичні пам'ятки, ресторани, магазини, місця відпочинку та інші важливі локації. Наприклад, додаток Visit a City пропонує детальні маршрути по містах, рекомендації щодо місць для відвідування, а також можливість бронювання екскурсій. Такі функції допомагають туристам максимально ефективно використовувати свій час і роблять їх подорож більш комфортною та організованою.

Ще однією важливою функцією мобільних додатків є можливість отримання актуальних оновлень і сповіщень про події та зміни в програмі

подорожі. Це дозволяє туристам бути в курсі всіх змін, включаючи час проведення заходів, погодні умови або оновлення маршрутів. Також через мобільні додатки дестинації можуть інформувати туристів про спеціальні заходи, фестивалі або концерти, що проходять у місці їхнього перебування. Завдяки таким сповіщенням туристи можуть спланувати своє дозвілля більш гнучко та зручно.

Інтерактивність мобільних додатків також дозволяє дестинаціям встановлювати довготривалі відносини з клієнтами. Після завершення подорожі туристи можуть залишати відгуки, ділитися враженнями, що сприяє створенню позитивного іміджу дестинації. Наприклад, додаток TripAdvisor активно заохочує користувачів залишати відгуки та ділитися досвідом, що допомагає іншим туристам приймати обґрунтовані рішення при виборі місця для подорожі.

Таким чином, мобільні додатки є потужним інструментом для просування туристичних дестинацій, надаючи можливість туристам не тільки планувати поїздки, але й отримувати персоналізований, інтерактивний та комфортний досвід на кожному етапі подорожі.

*Аналітика та Big Data* стають невід’ємними елементами сучасного цифрового маркетингу в туристичній сфері. Їх використання дозволяє туристичним організаціям значно покращити свої послуги та маркетингові стратегії, засновані на детальному розумінні потреб і поведінкових моделей туристів. Збір великих обсягів даних відбувається через різні канали – від соціальних мереж, вебсайтів, мобільних додатків до платформ бронювання, що забезпечує комплексний аналіз всіх етапів взаємодії туриста з дестинацією.

Одним із ключових переваг використання Big Data є можливість точнішого таргетингу рекламних кампаній. За допомогою аналізу поведінкових патернів туристів, таких як пошукові запити, активність у соціальних мережах, попередні бронювання та покупки, маркетологи можуть ефективно націлювати рекламу на конкретні сегменти аудиторії. Наприклад,



якщо дані показують, що певний турист часто шукає еко-туристичні маршрути, то йому можуть бути показані персоналізовані пропозиції, пов'язані з екологічними турами або природними заповідниками. Такий підхід збільшує шанси на конверсію та підвищує ефективність витрат на рекламу.

Big Data також дозволяє туристичним компаніям адаптувати свої маркетингові стратегії під зміни у попиті та ринкових трендах. Аналіз великих масивів даних дає можливість виявляти тенденції в інтересах туристів, зокрема, які дестинації набувають популярності або які нові туристичні продукти можуть викликати інтерес у майбутньому. Це дозволяє туристичним операторам коригувати свої пропозиції та оптимізувати управління ресурсами.

Індивідуалізація пропозицій – ще один важливий аспект використання Big Data. За допомогою даних про попередні бронювання, уподобання користувачів та їхню поведінку на вебсайті, туристичні компанії можуть створювати унікальні пропозиції, адаптовані під конкретного клієнта. Наприклад, платформи на зразок Airbnb або Booking.com можуть пропонувати персоналізовані варіанти житла або тури на основі інтересів туриста та його попередніх подорожей. Це значно підвищує рівень задоволеності туристів, оскільки вони отримують релевантний контент і рекомендації, що відповідають їхнім очікуванням та потребам.

Таким чином, аналітика та Big Data є потужними інструментами, які допомагають туристичним організаціям краще розуміти своїх клієнтів, оптимізувати маркетингові стратегії, підвищувати лояльність туристів і забезпечувати успішне управління дестинаціями в умовах мінливого ринку.

*Технології віртуальної (VR) та доповненої реальності (AR)* кардинально змінюють спосіб просування туристичних дестинацій, надаючи туристам унікальний досвід занурення у майбутні подорожі. За допомогою VR туристи можуть «відвідати» визначні місця або пам'ятки, не виходячи з дому, що дозволяє створити реалістичну атмосферу, наближену до реального

перебування на локації. Віртуальні тури можуть включати панорамні відео 360°, інтерактивні елементи та повний огляд міста, музею чи природного ландшафту, що дає змогу користувачам вивчати різні аспекти DESTINAЦІЇ і навіть «прогулятися» її вулицями [9].

Цей підхід не тільки створює візуальну привабливість, а й допомагає туристам сформувати чітке уявлення про обраний маршрут, підкреслюючи його унікальність та автентичність. Наприклад, туристи можуть побачити Ейфелеву вежу чи Колізей у деталях, досліджувати приховані куточки міста або отримати віртуальний гід по музеях, як це реалізовано у проектах, подібних до віртуальних турів Лувру. Це значно підвищує емоційний зв'язок із місцем та мотивує до реальної подорожі, оскільки у людей виникає відчуття того, що вони вже частково пережили цю подорож.

Доповнена реальність (AR) також стає важливим інструментом у маркетингу туристичних DESTINAЦІЙ. Завдяки AR, туристи можуть отримати додаткову інформацію про пам'ятки або об'єкти в реальному часі через свої смартфони чи планшети. Наприклад, у додатках для самостійних туристичних екскурсій, таких як Google Lens, користувачі можуть навести камеру на пам'ятник або будівлю та отримати візуальні підказки, історичні дані, цікаві факти чи рекомендації місцевих ресторанів чи готелів. Це значно підвищує зручність туристів під час перебування в новому місці та збагачує їхній досвід, додаючи інтерактивний елемент до звичайного огляду.

AR також може використовуватися для створення ігор або квестів у містах, де туристи, орієнтуючись на підказки через смартфон, можуть відкривати нові місця або проходити маршрути з додатковими візуальними елементами. Такий формат привертає увагу молодого покоління, яке цінує інтерактивні розваги та цифрові інновації під час подорожей. Наприклад, туристи, які відвідують античні руїни, можуть використовувати AR-додатки, щоб побачити, як виглядали ці споруди тисячі років тому.

Таким чином, технології VR та AR не тільки роблять туристичні DESTINAЦІЇ більш привабливими, але й забезпечують туристам можливість

попереднього знайомства з місцем, що створює емоційний зв'язок та підвищує ймовірність вибору цієї дестинації для відпочинку або культурного дозвілля.

*Онлайн-огляди та рейтинги* стали одним із найважливіших інструментів у прийнятті рішень туристами. Платформи, такі як TripAdvisor, Google Reviews, Yelp, Booking.com, дозволяють користувачам залишати відгуки, оцінювати туристичні послуги та ділитися власним досвідом щодо готелів, ресторанів, турів, визначних місць та інших аспектів подорожей. Ці огляди часто є одним із перших джерел інформації для потенційних туристів, коли вони планують поїздку, оскільки вони надають можливість дізнатися про реальний досвід інших мандрівників.

Відгуки впливають на рівень довіри туристів до певної дестинації або послуги. Позитивні коментарі та високі оцінки можуть значно підвищити привабливість готелю чи ресторану, сприяти зростанню бронювань або відвідувань. Наприклад, туристи часто обирають готель або ресторан, ґрунтуючись на високих рейтингах і позитивних відгуках про якість обслуговування, чистоту чи унікальність досвіду. З іншого боку, негативні огляди можуть суттєво знизити шанси дестинації залучити нових відвідувачів, особливо якщо негативні аспекти підкреслюють важливі для туристів чинники, такі як безпека, комфорт або зручність.

Онлайн-платформи також дають змогу туристичним компаніям та місцевим постачальникам послуг оперативно реагувати на відгуки, що дозволяє вирішувати проблеми або подякувати за позитивні відгуки. Це сприяє розвитку відкритої комунікації з клієнтами та створює позитивне враження про сервіс, навіть якщо спочатку досвід туриста був не ідеальним. Успішна робота з відгуками також показує потенційним клієнтам, що організація піклується про їхній досвід та готова вирішувати будь-які питання.

Таким чином, цифрові технології стали невід'ємною складовою сучасних маркетингових стратегій у сфері туризму, суттєво змінюючи підхід

до просування туристичних дестинацій. Завдяки можливостям соціальних мереж, мобільних додатків, платформ для бронювання, Big Data та аналітики, туристичні організації можуть ефективно досягати широкої аудиторії, покращуючи обізнаність про дестинацію, надаючи привабливий контент і індивідуальні пропозиції. Крім того, впровадження VR і AR дозволяє туристам отримати уявлення про дестинацію ще до поїздки, а співпраця з інфлюенсерами та важливість онлайн-відгуків сприяють створенню довіри й залученню нових відвідувачів. Цифрові технології забезпечують можливість більш точного таргетування рекламних кампаній і кращого розуміння потреб туристів, що сприяє формуванню персоналізованого підходу та зміцненню довготривалих відносин з клієнтами.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ РИНКУ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

#### 2.1. Аналіз популярних мобільних додатків для туристів

У сучасному світі мобільні додатки стали незамінними помічниками для мандрівників. Вони допомагають планувати подорожі, знаходити цікаві місця, зручно організовувати маршрут, забезпечують доступ до онлайн-карт, рекомендацій, перекладу та інших необхідних функцій. Нижче розглянемо найпопулярніші мобільні додатки, які широко використовуються туристами.

Серед популярних мобільних додатків для пошуку та бронювання житла вирізняються Airbnb, Booking.com, Hotels.com, Agoda, Vrbo та Couchsurfing. Вони забезпечують користувачам різноманітні варіанти проживання та можливості, щоб знайти найкращий варіант, враховуючи бюджет і стиль подорожі [27].

Airbnb – це одна з найвідоміших платформ, яка дозволяє бронювати різноманітне житло по всьому світу. Окрім стандартних варіантів, таких як квартири та будинки, тут можна знайти унікальні місця, як-от будинки на дереві, замки або навіть підводні готелі. Airbnb пропонує гнучкі умови бронювання для коротко- і довготривалого перебування. Завдяки функції «Airbnb Experiences» користувачі можуть також бронювати розваги та екскурсії, які організовують місцеві мешканці, наприклад, кулінарні майстер-класи чи екскурсії містом.

Booking.com є однією з найбільших платформ для пошуку та бронювання готелів, хостелів, апартаментів і навіть приватного житла. Вона пропонує мільйони варіантів по всьому світу і приваблює користувачів регулярними знижками та акціями, а також гнучкими умовами скасування

бронювання. Програма лояльності Genius дозволяє отримувати знижки на бронювання, додаткові привілеї, як-от пізній виїзд чи безкоштовний сніданок. Мобільний додаток Booking.com також пропонує ексклюзивні знижки для тих, хто бронює житло через смартфон, а деталі бронювання зберігаються для офлайн-доступу, що є зручним у місцях з обмеженим інтернетом (Додаток А) [35].

Agoda – платформа з азійським корінням, що пропонує великий вибір готелів, хостелів і апартаментів у всьому світі, особливо в Азії. Вона приваблює користувачів своїми знижками для довготривалого проживання та спеціальними пропозиціями для азійського ринку, а також пропонує ексклюзивні знижки для своїх постійних користувачів. Програма «Agoda VIP» дозволяє отримувати додаткові привілеї й персоналізовані пропозиції [32].

В таблиці 2.1 представлено переваги та недоліки популярних додатків для бронювання житла.

Таблиця 2.1

### Переваги та недоліки популярних додатків для бронювання житла

Додаток	Переваги	Недоліки
Booking.com	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Великий вибір готелів, хостелів і апартаментів на будь-який бюджет</li> <li>- Відгуки користувачів для допомоги у виборі</li> <li>- Гнучкі умови скасування та підтримка клієнтів 24/7</li> <li>- Зручний інтерфейс і зрозумілий процес бронювання</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Деякі ціни можуть мати додаткові збори, не завжди вказані наочно</li> <li>- Іноді відсутня чіткість щодо скасування бронювання</li> <li>- Вартість житла може бути вищою через комісію</li> </ul>
Agoda	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Широкий вибір варіантів в Азії та знижки для регіонів</li> <li>- Доступні "таємні угоди" із значними знижками</li> <li>- Показує остаточну ціну з урахуванням податків і зборів</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Можливі обмеження щодо скасування та змін, особливо в країнах Азії</li> <li>- Інтерфейс може бути не інтуїтивно зрозумілим для нових користувачів</li> </ul>

*\*Складено автором*

Популярні мобільні додатки для планування маршруту мають різноманітні функції, що допомагають туристам створювати детальні плани подорожей і ефективно переміщатися по місцевості.

Одним із таких додатків є TripIt, який автоматично збирає всю інформацію про подорожі з електронної пошти, створюючи єдиний маршрут для користувача. Додаток синхронізує авіаквитки, бронювання готелів, оренду авто та квитки на різноманітні заходи, дозволяючи створити зручний план подорожі, який можна переглядати на одному екрані. Важливою перевагою TripIt є його можливість працювати в офлайн-режимі, що дуже зручно під час подорожей в місцях з поганим або відсутнім інтернет-зв'язком. Проте варто зазначити, що для отримання розширених функцій, таких як моніторинг змін рейсів у реальному часі, користувачам необхідно перейти на платну версію (Додаток А) [31].

Іншим популярним додатком для планування маршруту є Sygic Travel Trip Planner. Цей додаток дозволяє не тільки створювати маршрут, але й відкриває можливості для вивчення міста, оскільки має великий каталог туристичних пам'яток, ресторанів, кафе і культурних подій. Важливим аспектом є можливість створювати персоналізовані маршрути, виходячи з інтересів користувача.

Для тих, хто подорожує на громадському транспорті, одним із найбільш зручних додатків є Rome2Rio. Цей додаток дозволяє туристам легко знаходити можливості для пересування між містами і країнами, надаючи різні варіанти транспорту, такі як потяги, автобуси, авіарейси, таксі або навіть пороми. За допомогою Rome2Rio можна вибрати оптимальний маршрут за часом та ціною, а також детально побудувати подорож з одного міста до іншого, враховуючи всі доступні варіанти пересування. Важливою особливістю є інтеграція з іншими сервісами, такими як Booking.com і Skyscanner, для бронювання транспортних засобів і квитків [27].

Також варто згадати Google Maps, який є одним із найбільш універсальних інструментів для планування маршруту. Хоча основна функція цього додатку – це навігація, він також дозволяє планувати маршрути між містами, вибираючи різні способи пересування (автомобіль, громадський транспорт, пішки чи на велосипеді). Google Maps інтегрує різноманітні

сервіси для зручності подорожуючих, надаючи інформацію про трафік, місця для відпочинку, кафе, ресторани, а також рекомендації на основі місцевих відгуків [27].

Кожен із цих додатків має свої сильні та слабкі сторони, але всі вони забезпечують зручне планування маршруту, що дає змогу туристам організувати подорож і зробити її максимально комфортно та безпечною (табл.2.2).

Таблиця 2.2

### Переваги та недоліки популярних додатків для бронювання житла

Додаток	Переваги	Недоліки
TripIt	- Автоматичне створення маршруту з бронювань.	- Розширені функції доступні тільки в платній версії.
	- Легкість у використанні та організації подорожі.	- Іноді можуть виникати проблеми з імпортом бронювань з менш популярних сервісів.
	- Можливість перегляду маршруту в офлайн-режимі.	
Sygic Travel	- Великий каталог туристичних пам'яток, ресторанів і подій.	- Не завжди точні рекомендації, залежить від регіону.
	- Персоналізовані маршрути за інтересами.	- Іноді важко знайти точну інформацію про транспортні з'єднання.
	- Можливість завантаження карт для офлайн-режиму.	
Rome2Rio	- Визначає всі можливі способи пересування між містами і країнами.	- Може не показувати всі варіанти пересування в менш відомих країнах.
	- Зручний інтерфейс для порівняння цін і часу подорожі.	- Не завжди точні дані про наявність місць у транспорті або ціни.
	- Інтеграція з іншими сервісами для бронювання квитків і готелів.	
Google Maps	- Універсальність: покриває всі способи пересування (пішки, авто, ТЗ).	- Іноді є обмеження в точності даних для менших міст або віддалених місць.
	- Наявність інформації про трафік, пробки та альтернативні маршрути.	- Не завжди показує точні дані про обмеження руху для велосипедистів чи пішоходів.
	- Можливість планування міжміських та міжнародних маршрутів.	

*\*Складено автором*

Представлена таблиця 2.2 допоможе зорієнтуватися у функціях кожного додатку та вибрати найкращий для потреб туриста, враховуючи їх переваги та недоліки.



Для дослідження нових місць під час подорожей популярні мобільні додатки надають туристам можливість відкривати цікаві локації, місцеві пам'ятки, ресторани, культурні події та навіть приховані перлини, які не завжди можна знайти в стандартних туристичних путівниках.

Один із таких додатків — TripAdvisor, який дозволяє туристам ділитися відгуками та рецензіями про різні місця, надаючи можливість знайти кращі ресторани, готелі, екскурсії, а також поради щодо місцевих заходів. У додатку є система рейтингів, що допомагає зробити вибір, а також інтерактивні карти для навігації по містах.

Іншим популярним додатком є Google Maps, який, крім функцій навігації, також має можливість відкривати нові місця. В Google Maps можна знайти інформацію про цікаві точки на карті, як-от музеї, парки, кафе, торгові центри, а також побачити оцінки та відгуки інших користувачів. Цей додаток дозволяє не тільки планувати маршрут до визначних місць, але й отримувати пропозиції по їх відвідуванню в залежності від поточного місцезнаходження.

Додаток Foursquare також є одним із лідерів у категорії дослідження нових місць. Він дає можливість знайти унікальні ресторани, бари, кафе та інші цікаві локації, що часто не включені в звичайні туристичні путівники. Важливою особливістю є функція "чекінів", де користувачі можуть зазначати, що вони відвідали певне місце, залишати відгуки та отримувати персоналізовані рекомендації.

Інший корисний додаток — Atlas Obscura, який спеціалізується на пошуку унікальних та незвичайних місць, таких як покинуті будівлі, дивовижні природні утворення чи маловідомі музеї. Atlas Obscura орієнтований на мандрівників, які хочуть відкрити місця, які не завжди потрапляють на туристичні маршрути. Це ідеальний інструмент для тих, хто шукає нетривіальні і вражаючі місця під час своїх подорожей (Додаток А) [38].

І нарешті, Roadtrippers — додаток, який допомагає планувати подорожі автомобілем та відкривати нові цікаві місця на маршруті, від національних парків до маловідомих музеїв і ресторанів. Roadtrippers має детальну карту з місцями для зупинок і дозволяє створити маршрут, враховуючи всі цікаві локації, що можуть бути на шляху [40].

Дані додатки дозволяють туристам розширити свої горизонти, відкриваючи нові локації і забезпечують різноманіття досвіду, надаючи користувачам можливість дізнатися більше про місцеву культуру, природу та традиції, а також відкрити для себе місця, які не завжди потрапляють до стандартних туристичних гідів.

Для бронювання авіаквитків і транспорту туристи мають доступ до низки популярних мобільних додатків, які спрощують процес пошуку, порівняння цін і купівлі квитків на авіарейси, потяги, автобуси та інші види транспорту.

Одним із найбільш відомих додатків для бронювання авіаквитків є Skyscanner. Цей додаток дозволяє користувачам порівнювати ціни на авіаквитки між різними авіакомпаніями та онлайн-агентствами. Skyscanner пропонує зручний інтерфейс для пошуку рейсів по датах, напрямках, бюджетах і класах обслуговування, даючи можливість знаходити найбільш вигідні варіанти. Важливою особливістю є можливість налаштувати сповіщення про зміни цін на конкретний рейс, що дозволяє туристам бути в курсі актуальних пропозицій. Крім того, Skyscanner допомагає знаходити готелі та орендувати автомобілі, що робить його універсальним інструментом для подорожей [41].

Іншим популярним додатком для бронювання авіаквитків є Kayak, який також дозволяє порівнювати ціни на квитки, готелі та оренду авто. Kayak надає функцію пошуку рейсів за гнучкими датами, що дозволяє знайти найкращі пропозиції за періоди, коли авіаквитки можуть бути дешевшими. Крім того, додаток дозволяє налаштувати сповіщення про зміни в цінах та обирати рейси, що підходять за часом та комфортом [42].

Для тих, хто шукає найвигідніші тарифи на залізничний транспорт, додаток Omio є відмінним вибором. Omio надає можливість порівнювати ціни на квитки не тільки для авіаперельотів, але й для потягів і автобусів. Додаток охоплює понад 30 країн і пропонує користувачам безкоштовне бронювання квитків, з можливістю вибору класу обслуговування, маршруту та часу. Omio дозволяє також зберігати квитки в офлайн-режимі, що дуже зручно під час подорожей без стабільного інтернет-з'єднання. [43].

Для тих, хто шукає варіанти для пересування між містами та країнами автобусами, FlixBus є популярним додатком для пошуку та бронювання квитків на автобуси. FlixBus охоплює велику кількість маршрутів по Європі, а також до США і Канади, що робить його ідеальним для міжміських поїздок. Додаток дозволяє вибирати автобуси за часом, маршрутом і ціною, а також має функцію безкоштовного скасування або змін за певними умовами. Враховуючи великий вибір маршрутів, FlixBus є зручним інструментом для бюджетних подорожей [44].

Таблиця 2.3

### Переваги та недоліки популярних додатків для бронювання авіаквитків та транспорту

Додаток	Переваги	Недоліки
Skyscanner	- Порівняння цін між різними авіакомпаніями та онлайн-агентствами.	- Не завжди показує найкращі ціни в останню хвилину через обмеження доступу до певних тарифів.
	- Можливість налаштування сповіщень про зміну ціни на рейс.	- Інтерфейс може бути не таким інтуїтивно зрозумілим для новачків.
	- Пошук дешевих квитків за гнучкими датами.	- Платформи для бронювання не завжди надають повний спектр послуг або знижок.
Kayak	- Порівняння цін на авіаквитки, готелі та оренду авто в одному додатку.	- Деякі дешевші тарифи можуть не бути доступні на самому сайті, але є на сторонніх платформах.
	- Зручний інтерфейс з можливістю фільтрації за різними критеріями.	- Може відображати неповну інформацію щодо обмежень або додаткових зборів.
	- Налаштування сповіщень про зміну цін і знижки на рейси.	- Оновлення даних може зайняти деякий час, що не завжди зручно для планування поїздки.
Omio	- Порівняння квитків не тільки	- Обмежена кількість доступних

	на літаки, а й на потяги та автобуси.	маршрутів в деяких країнах чи регіонах.
	- Можливість бронювання через додаток безпосередньо з мобільного телефону.	- Не завжди можливість доступу до ексклюзивних знижок або акцій.
	- Легкість в організації подорожей з різними видами транспорту в одному додатку.	- Іноді потрібне інтернет-з'єднання для отримання останніх оновлень.
FlixBus	- Зручний для міжміських автобусних поїздок в Європі та за її межами.	- Може бути обмежений в плані маршрутів в деяких віддалених регіонах.
	- Можливість безкоштовного скасування або зміни квитка (за певних умов).	- Тарифи можуть змінюватися без попередження, особливо при бронюванні в останню хвилину.
	- Багато варіантів маршрутів з конкурентними цінами.	- Не всі варіанти транспортних засобів або маршрутів доступні через додаток.

*\*Складено автором*

Таким чином, кожен із цих додатків дозволяє туристам вибрати і бронювати квитки на різні види транспорту з максимальним комфортом, економією часу та грошей, спрощуючи процес організації подорожей. Вибір конкретного додатку залежить від типу транспорту, маршруту та особистих переваг користувача.

Для відстеження витрат під час подорожей туристи можуть використовувати різноманітні мобільні додатки, які допомагають контролювати бюджет, планувати витрати та забезпечувати фінансову дисципліну. Один із найпопулярніших додатків для таких цілей — Trail Wallet. Це простий і зрозумілий додаток, що дозволяє швидко записувати витрати, класифікувати їх за категоріями та відслідковувати загальну суму витрат під час подорожі. Trail Wallet підтримує різні валюти, що робить його дуже зручним для міжнародних поїздок. Додаток також дозволяє встановлювати щоденні ліміти витрат, щоб туристи могли стежити за своїм бюджетом та уникати перевищення запланованих сум.

Іншим популярним додатком є Splitwise, який стає незамінним у випадках групових подорожей. Він дозволяє вести облік спільних витрат, зручно розподіляючи їх між членами групи. За допомогою Splitwise можна відстежувати, хто скільки витратив, та розрахувати, хто кому і скільки винен.

TravelSpend — ще один зручний додаток, спеціально розроблений для відстеження витрат під час подорожей. Він дозволяє зручно додавати витрати в різних валютах, що автоматично конвертуються у вибрану валюту для звіту. TravelSpend допомагає вести облік витрат за категоріями, такими як транспорт, проживання, їжа тощо. [63].

Загалом, ці додатки забезпечують туристам зручність у веденні обліку витрат, дозволяють уникнути перевитрат і забезпечують фінансову прозорість під час подорожей.

Проаналізуємо використання туристами мобільних додатків в період 2019- 2023 році за різними категоріями. У період з 2019 по 2023 рік використання мобільних додатків серед туристів значно зросло у більшості категорій, відображаючи сучасні тенденції цифрового туризму (рис.2.2).

Аналізуючи представленні дані рис.2.2 бачимо, що:

- Зростання використання додатків для бронювання житла (Booking.com, Airbnb) з 20% у 2019 році до 30% у 2023 році свідчить про збільшення потреби в онлайн-платформах для самостійного планування подорожей. Після пандемії, коли туристи почали більше подорожувати самостійно, такі додатки набули популярності, особливо серед мандрівників, які шукають різні типи розміщення.

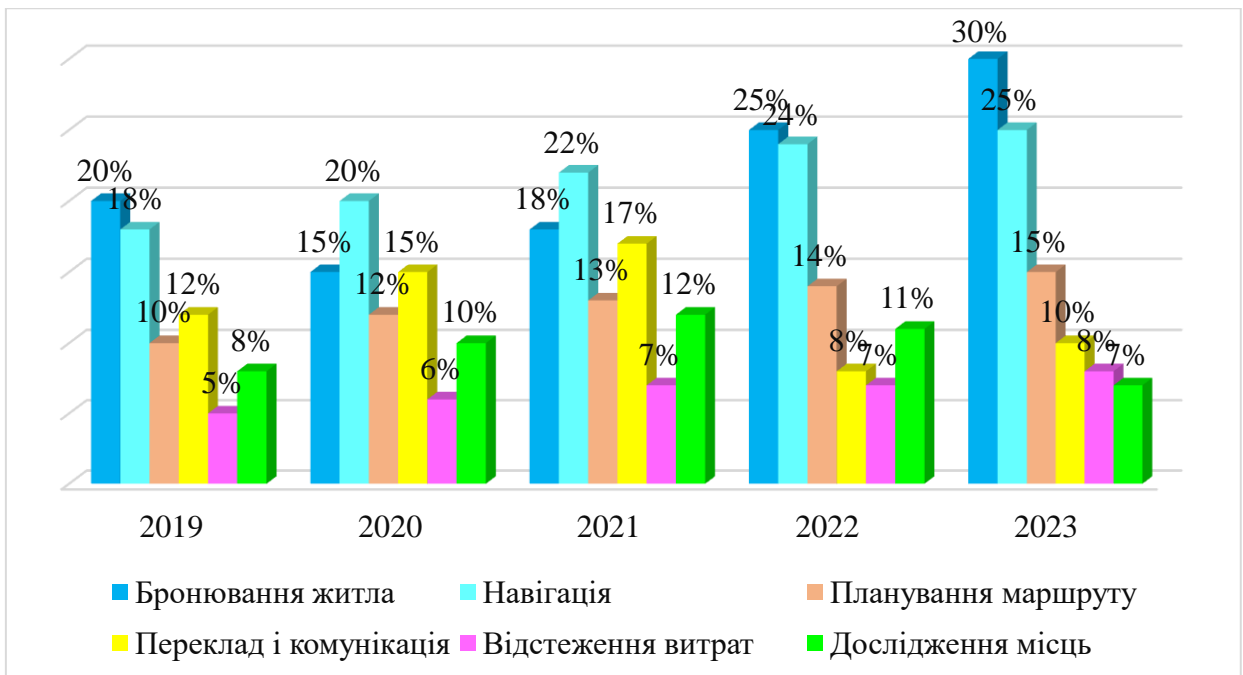


Рис.2.2. Динаміка використання мобільних додатків туристами в період 2019-2023 рр.

- Популярність навігаційних додатків (Google Maps, Maps.me) зросла з 18% у 2019 році до 25% у 2023 році. Туристи все більше покладаються на мобільні навігатори, особливо у нових місцях, де орієнтуватися самостійно складніше. Це зростання підкреслює потребу у швидкому доступі до інформації про місцевість, маршрути і транспорт.
- Використання додатків для планування маршрутів (TripIt, Roadtrippers) зростало поступово — з 10% у 2019 році до 15% у 2023 році. Такі додатки допомагають туристам створювати оптимальні маршрути, враховувати час та зручність пересування. Їхня популярність говорить про прагнення туристів детальніше планувати свої подорожі.
- Спостерігається невелике зниження популярності — з 12% у 2019 році до 10% у 2023 році. Ця категорія зазвичай використовується, коли мандрівники відвідують країни з іншими мовами. Легкий

доступ до перекладацьких інструментів та інших сервісів у багатьох популярних платформах може бути причиною деякого зниження.

- Зростання популярності з 5% у 2019 році до 8% у 2023 році показує, що туристи все більше схильні контролювати свої фінанси в режимі реального часу. Це корисно для самостійних мандрівників та групових подорожей, коли важливо відстежувати спільні витрати.
- Популярність таких додатків спочатку зросла, але до 2023 року трохи знизилася до 7%. Це може бути пов'язано з наявністю інформації у навігаційних додатках, які тепер також показують цікаві місця.

Як бачимо, популярність мобільних додатків для туризму зросла в усіх основних категоріях, але найбільше зростання спостерігається для додатків з бронювання житла та навігаційних сервісів. Це свідчить про високий рівень самостійності мандрівників, які все частіше планують подорожі онлайн та використовують цифрові інструменти для комфортного перебування у незнайомих місцях.

Таким чином, сучасні туристичні додатки допомагають зекономити час, оптимізувати витрати, знайти цікаві місця та забезпечити комфортну подорож, незалежно від місця перебування.

Якщо брати для аналізу додаток для конкретної дестинації, то чудовим прикладом слугує Visit London App.

Мобільний додаток **Visit London App** є офіційним цифровим гідом для туристів, розробленим для сприяння популяризації Лондона як однієї з провідних туристичних дестинацій світу. Цей додаток пропонує широкий спектр функцій, які полегшують подорож до міста, забезпечують зручний доступ до ключової інформації про туристичні об'єкти та допомагають створювати індивідуальні маршрути.

**Visit London App** є прикладом інтегрованого підходу до просування туристичних дестинацій через цифрові технології. Він надає користувачам

інформацію про сотні визначних пам'яток, ресторанів, готелів і розваг, що робить його незамінним інструментом для гостей міста. Завдяки офлайн-картам туристи можуть орієнтуватися у місті навіть без підключення до інтернету. Окрім цього, додаток містить розділи з пропозиціями спеціальних акцій, знижок і добірок місць, які рекомендуються до відвідування, включаючи приховані перлини та нетуристичні локації.

Однією з важливих переваг додатка є його інтерактивність. Користувачі можуть отримувати персоналізовані рекомендації на основі своїх уподобань, створювати власні маршрути й отримувати навігацію до обраних місць. Крім того, додаток інтегрований із транспортною системою Лондона, що дозволяє користувачам планувати пересування містом, отримувати інформацію про громадський транспорт, затори або дорожні роботи.

Visit London App також виконує функцію популяризації культурної спадщини Лондона, пропонуючи інтерактивні гідів та інформацію про події, вистави, фестивалі й концерти. Це дозволяє туристам дізнаватися більше про культурне життя міста й долучатися до унікальних заходів, які відображають дух британської столиці.

Цей додаток є яскравим прикладом того, як сучасні цифрові інструменти можуть сприяти просуванню туристичних дестинацій на міжнародному рівні. Він не тільки полегшує організацію подорожей, але й формує позитивний досвід відвідування міста, підвищуючи його конкурентоспроможність на туристичному ринку. Visit London App демонструє, як цифровізація може зробити туристичну інфраструктуру доступнішою та привабливішою для відвідувачів.



## 2.2. Особливості функціональності мобільних додатків

Функціональні можливості мобільних додатків для туристів дуже різноманітні та спрямовані на покращення кожного аспекту подорожі – від першого етапу планування до організації пересування та спілкування в незнайомій країні (рис.2.3).

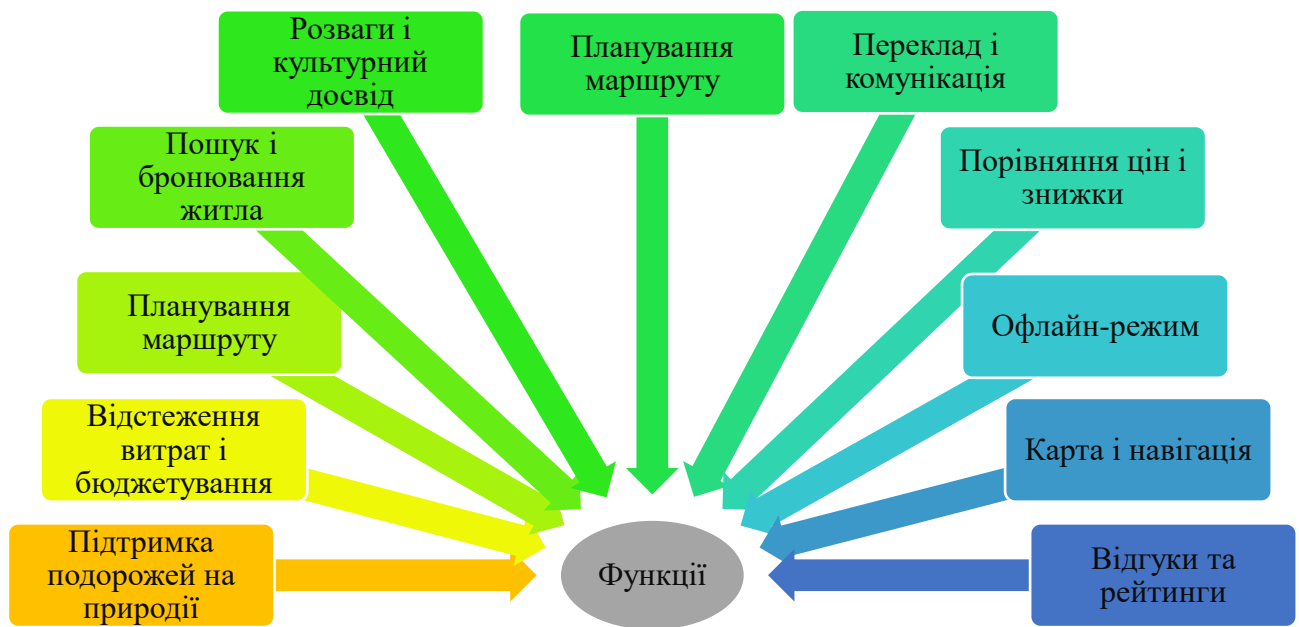


Рис.2.3. Основні функції мобільних додатків

*\*Складено автором*

Детальний огляд основних функцій, які роблять такі додатки незамінними для мандрівників:

1. Пошук і бронювання житла. Мобільні додатки для туристів, такі як Airbnb, Booking.com, Agoda та інші, надають можливість легко знаходити та бронювати житло. Користувач може переглядати різні варіанти житла (готелі, апартаменти, будинки, хостели), оцінювати їх за численними критеріями і переглядати фотографії, щоб скласти повну картину. [63].

2. Порівняння цін і знижки. Багато додатків для бронювання житла та пошуку транспорту дозволяють порівнювати ціни на різні пропозиції. Такі сервіси, як Skyscanner і Kayak, збирають дані з різних сайтів і платформ, щоб

допомогти користувачам знайти найкращу ціну. Користувач може порівняти ціни на готелі, авіаквитки чи оренду авто, щоб обрати оптимальний варіант.

3. Відгуки та рейтинги. Відгуки і рейтинги від реальних користувачів є ключовою особливістю більшості туристичних додатків. Вони допомагають іншим мандрівникам дізнатися про реальний досвід проживання, якість послуг, чистоту, зручності, обслуговування тощо. На таких платформах, як TripAdvisor і Booking.com, відгуки користувачів є обов'язковою частиною кожної пропозиції. Також часто додаються рейтинги, засновані на різних критеріях: розташування, комфорт, сервіс та інше, що дозволяє швидко отримати уявлення про якість послуги.

4. Карта і навігація. Функціональність карт і навігації є важливою для туристичних додатків, як-от Google Maps, Maps.me, Citymapper та інші. Ці додатки дозволяють користувачам орієнтуватися у незнайомій місцевості, прокладати маршрути, знаходити поруч визначні місця, ресторани, кафе, транспортні зупинки, лікарні та інші об'єкти. Додатки, як-от Google Maps, надають кілька варіантів маршруту: для пішоходів, автомобілістів, велосипедистів і користувачів громадського транспорту, що робить їх надзвичайно корисними. Крім того, можливість завантажити карти для офлайн-доступу, яку пропонують Maps.me та Google Maps, дозволяє не втрачати орієнтацію навіть у місцях без доступу до інтернету.

5. Офлайн-режим. Багато додатків для подорожей, як-от Google Translate, TripAdvisor, Maps.me та Booking.com, підтримують офлайн-режим, що є надзвичайно важливим для туристів, особливо за кордоном, де інтернет може бути дорогим або недоступним. Функціональність офлайн дозволяє завантажувати карти, зберігати інформацію про бронювання, підготувати переклади необхідних фраз і користуватися ними без підключення до мережі.

6. Планування маршруту. Додатки, як-от TripIt і Roadtrippers, допомагають мандрівникам організувати весь маршрут у зручному форматі. TripIt, наприклад, автоматично створює маршрут з усіма деталями поїздки – авіарейси, бронювання готелів, оренда авто, екскурсії тощо, – все це

організовано в одному місці. Roadtrippers дозволяє планувати дорожні поїздки, пропонуючи цікаві зупинки вздовж маршруту: визначні місця, національні парки, пам'ятники, музеї та інші туристичні об'єкти. Це допомагає зекономити час на плануванні та зробити подорож більш насиченою.

7. Розваги і культурний досвід. Деякі додатки пропонують користувачам бронювати розваги, екскурсії та унікальні заходи. Наприклад, Airbnb має розділ «Airbnb Experiences», де можна знайти культурні заходи, організовані місцевими жителями: кулінарні майстер-класи, екскурсії, спорт або мистецькі заходи. Інші додатки, як-от GetYourGuide або Viator, спеціалізуються на пропозиціях екскурсій і квитків у музеї, парки атракціонів, театри та інші розважальні локації.

8. Відстеження витрат і бюджетування. Додатки для управління витратами, такі як Trail Wallet або Splitwise, допомагають туристам контролювати бюджет. Trail Wallet дозволяє записувати щоденні витрати, розподіляти їх за категоріями і відстежувати загальні витрати на поїздку. Splitwise корисний для подорожей з друзями або сім'єю, оскільки дозволяє розділяти витрати і зручно розраховувати, хто скільки винен. Це значно полегшує фінансове планування і допомагає уникнути непорозумінь у групових поїздках.

9. Підтримка подорожей на природі. Додатки для туризму на природі, як-от AllTrails і Komoot, забезпечують карти маршрутів для піших прогулянок, велосипедних подорожей та інших активностей на природі. Вони надають інформацію про рівень складності маршруту, відгуки користувачів, карти та навігацію. Це особливо корисно для туристів, які шукають можливості для активного відпочинку, адже додатки містять тисячі різних маршрутів і дозволяють завантажити їх для офлайн-користування.

Отже, мобільні додатки для туристів не тільки спрощують планування та організацію подорожей, але й роблять подорож більш комфортною, безпечною і збагаченою на культурний досвід. Вони допомагають знаходити

житло, планувати маршрути, орієнтуватися в незнайомій місцевості, спілкуватися з місцевими жителями, організувати бюджет і навіть досліджувати природу.

### **2.3. Вплив мобільних додатків на вибір туристичних маршрутів і дестинацій**

Мобільні додатки докорінно змінили процес планування та вибору туристичних маршрутів і дестинацій, значно полегшуючи туристам дослідження місць, організацію подорожей і навіть адаптацію до нових умов. Завдяки швидкому доступу до інформації, мобільні додатки забезпечують туристів різноманітними інструментами, що впливають на популярність напрямків та поведінку мандрівників. Додатки не лише спрощують процес планування, але й впливають на популярність напрямків, стиль подорожей і загальну поведінку мандрівників. Розглянемо детальніше, як саме мобільні додатки змінюють сучасний туризм.



Рис.2.4. Вплив мобільних додатків на вибір туристичних маршрутів

Мобільні додатки надають туристам актуальну інформацію про погоду, затори, наявність місць у готелях, тривалість черг на популярних об'єктах та навіть екстрені ситуації. Наприклад, якщо передбачаються несприятливі погодні умови, туристи можуть знайти альтернативні локації чи види активностей. Це підвищує безпеку та комфорт подорожей, дозволяючи бути гнучким у виборі маршрутів. [24].

Сучасні додатки використовують алгоритми штучного інтелекту для персоналізації рекомендацій на основі інтересів користувача, його попередніх подорожей та пошукових запитів. Наприклад, Google Travel чи TripAdvisor аналізують уподобання та пропонують маршрути, що підходять саме цьому туристу.

Додатки з можливістю залишати відгуки (наприклад, Yelp, Booking, TripAdvisor) стали ключовим фактором вибору маршрутів і дестинацій. Відгуки інших мандрівників надають об'єктивне уявлення про якість обслуговування та атмосферу, що часто відіграє вирішальну роль у виборі.

Інтерактивні карти, такі як Google Maps, дозволяють прокладати маршрути до обраних локацій, бачити відстань, час у дорозі та знаходити об'єкти на шляху. Це дозволяє планувати подорожі з максимальною точністю та економити час.

Мобільні додатки, такі як Airbnb, Booking.com, Expedia, дозволяють бронювати готелі, квитки, екскурсії та авто. Можливість бронювання в один клік і перегляд деталей спрощує організацію подорожей та робить планування гнучким.

Додатки з доповненою реальністю (AR), як Google Lens, створюють інтерактивний досвід, дозволяючи отримувати інформацію про об'єкти в реальному часі, що розширює знання про культуру та історію місць.

Віртуальні тури допомагають туристам ознайомитися з місцем ще до подорожі, вибрати локації та уникнути неприємних сюрпризів. Це корисно для мандрівників, які хочуть детально планувати свої поїздки.

Багато додатків підтримують екологічно свідомий туризм, пропонуючи рекомендації щодо еко-френдлі дестинацій, ресторанів з органічними продуктами або місць, що підтримують збереження природи.

Узагальнюючи, мобільні додатки змінюють туристичну індустрію, пропонуючи персоналізовані рекомендації, інтерактивний досвід і нові технології, роблячи подорожі зручнішими, індивідуальними та доступними [57].

#### **2.4. Перспективи розвитку мобільних додатків як інструменту для просування туристичних дестинацій та вплив нових технологій (AR VR) на розвиток мобільних додатків у туризмі**

Перспективи розвитку мобільних додатків як інструменту для просування туристичних дестинацій на сьогодні виглядають надзвичайно обнадійливо, оскільки мобільні технології стають невід'ємною частиною

життя мільйонів людей, а туризм — це галузь, де персоналізовані послуги та інтерактивний досвід набувають дедалі більшої популярності. Мобільні додатки для туристів не лише надають зручні інструменти для планування подорожей, але й активно просувають туристичні напрямки, збільшуючи їхню видимість на глобальному ринку [56].

Давайте розглянемо детальніше, як мобільні додатки можуть допомогти просувати туристичні дестинації та які технологічні інновації визначають їхній розвиток.

1. Інтерактивні путівники та навігація. Одним з основних способів використання мобільних додатків у просуванні туристичних дестинацій є створення інтерактивних путівників. Вони допомагають туристам орієнтуватися на нових місцях, забезпечують інформацію про пам'ятки, ресторани, готелі, маршрути та інші важливі об'єкти.

Мобільні додатки з функцією геолокації дозволяють туристам знайти найближчі цікаві місця, прокласти маршрути й отримувати рекомендації щодо об'єктів, які знаходяться поруч. Вони можуть бути адаптовані під конкретні туристичні цілі (культурні маршрути, еко-туризм, активний відпочинок тощо) і використовувати інтерактивні карти та аудіо-гід, що робить досвід подорожі зручнішим і насиченим.

2. Персоналізація досвіду за допомогою великих даних і штучного інтелекту (AI). Мобільні додатки мають можливість збирати величезну кількість даних про поведінку користувачів, їх вподобання, історію пошуку та активність, що дозволяє створювати персоналізовані рекомендації.

Штучний інтелект використовує ці дані для оптимізації маршрутів і допомагає заощаджувати час туристів, пропонуючи найкращі варіанти для кожного конкретного користувача.

3. Використання технологій доповненої (AR) та віртуальної реальності (VR). Мобільні додатки можуть застосовувати технології AR і VR для

створення захоплюючих досвідів та віртуальних турів, що значно підвищує зацікавленість у туристичних DESTИНАЦІЯХ.

4. Мобільні платформи для бронювання та оплати. Мобільні додатки стають основним інструментом для бронювання туристичних послуг: авіаквитків, готелів, екскурсій та інших активностей. Інтеграція з платіжними системами дозволяє користувачам швидко і безпечно бронювати необхідні послуги через додаток, що підвищує зручність і ефективність подорожей. Багато додатків також мають функції, які дозволяють туристам отримувати знижки або бонуси при бронюванні через платформу.

5. Гейміфікація та інтерактивні квести. Використання гейміфікації в мобільних додатках стимулює туристів до активної взаємодії з контентом, а також допомагає створити більш захоплюючий досвід для користувачів.

6. Соціальна взаємодія та відгуки. Використання соціальних мереж в мобільних додатках також є важливим інструментом для просування туристичних DESTИНАЦІЙ. Користувачі можуть залишати відгуки про свої поїздки, ділитися фотографіями, що створює "віртуальний маркетинг" через соціальні медіа. Туристи часто користуються платформами для перегляду відгуків, що допомагає їм ухвалювати рішення щодо того, куди поїхати і що подивитися [1].

7. Розширена взаємодія з місцевими жителями та бізнесом. Мобільні додатки також дозволяють створювати платформи для взаємодії туристів з місцевими жителями та малим бізнесом. Це може включати бронювання турів, місцевих екскурсій, активностей, а також відвідування гастрономічних закладів чи магазинів, що сприяє розвитку місцевої економіки.

8. Платформи для подій та активностей. Мобільні додатки також стали важливим інструментом для пошуку та просування локальних подій, фестивалів, виставок і концертів, що відбуваються в туристичних DESTИНАЦІЯХ.

Вплив нових технологій, таких як доповнена реальність (AR) та віртуальна реальність (VR), на розвиток мобільних додатків у туризмі є



значним і кардинально змінює спосіб взаємодії туристів з інформацією та місцями, що вони відвідують. Дані технології не тільки покращують досвід користувачів, але й пропонують нові можливості для залучення і утримання клієнтів, а також для ефективного просування туристичних destinations.

Доповнена реальність (AR) в мобільних додатках для туризму є однією з найбільш перспективних і інноваційних технологій, що значно змінює спосіб взаємодії туристів з навколишнім середовищем. AR дозволяє накладати віртуальні елементи на реальний світ через камеру мобільного пристрою, що створює нові можливості для інтерактивного та захоплюючого досвіду. У контексті туризму AR відкриває безліч можливостей для покращення взаємодії з туристичними об'єктами, планування подорожей і навігації, а також надає нові інструменти для промоції туристичних destinations.

Однією з найбільших переваг AR у туризмі є можливість створення інтерактивних екскурсій. Замість того, щоб туристи лише читали інформацію на табличках або в путівниках, вони можуть за допомогою AR бачити накладену на реальний світ інформацію. Наприклад, мобільний додаток може показувати історичні дані або 3D-моделі об'єктів, коли турист наводить камеру на конкретну пам'ятку. Такі екскурсії роблять вивчення місць більш інтерактивним і захоплюючим, надаючи додаткові візуальні та текстові дані в реальному часі. Додаток Layar використовує AR для надання туристам інформації про навколишні об'єкти — пам'ятки, музеї, магазини тощо — просто через камеру смартфона.

AR дозволяє відтворювати історичні сцени або архітектурні об'єкти, які вже не існують або перебувають у руїнах. Це дає можливість користувачам побачити, як виглядали ці місця в минулому, навіть якщо вони були частково або повністю зруйновані. Наприклад, туристи можуть на своєму смартфоні побачити, як виглядала антична будівля чи середньовічна фортеця до її

руйнації. Відомий проект ARound в Мачу-Пікчу дає змогу туристам через AR бачити віртуальні реконструкції стародавнього міста, що допомагає краще зрозуміти його історію та архітектуру.

AR також можна використовувати для надання персоналізованих рекомендацій під час подорожі. Визначаючи місце розташування користувача, мобільні додатки можуть показувати найближчі пам'ятки, кафе або магазини, що відповідають інтересам туриста. Вони можуть адаптувати рекомендації на основі уподобань, наприклад, якщо користувач шукає культурні або історичні об'єкти, додаток може показувати ці місця в реальному часі. Додаток TripAdvisor з функцією AR допомагає туристам знаходити ресторани огляди або пам'ятки поблизу, надаючи інформацію, оцінки та меню в режимі реального часу.

AR можна також використовувати для створення цікавих ігор та квестів, що залучають туристів до дослідження нових місць. Наприклад, користувач може виконувати різні завдання або знаходити приховані об'єкти, які тільки можна побачити через AR. Це робить подорожі не тільки інформаційними, але й веселими та цікавими, що стимулює туристів до активного вивчення нових місць.

AR може бути особливо корисним для туристів з обмеженими можливостями, надаючи додаткову інформацію про доступність місць та інфраструктуру. Завдяки використанню AR можна допомогти людям з інвалідністю орієнтуватися у містах чи будівлях, надаючи вказівки та інформацію про найближчі пандуси, ліфти чи спеціально обладнані туалети. Додаток Access Earth пропонує віртуальні карти з інформацією про доступність туристичних місць для людей з інвалідністю, включаючи AR-карти для легшої навігації.

Аналізуючи вище описане, що доповнена реальність в мобільних додатках для туризму має величезний потенціал у зміні способу, яким туристи взаємодіють з інформацією, об'єктами та місцями. Вона робить подорожі більш захоплюючими, інформативними та персоналізованими,

відкриваючи нові можливості для глибшого занурення у місцеву культуру, історію та навколишнє середовище. AR також є ефективним інструментом для просування туристичних напрямків, надаючи потенційним відвідувачам нові способи вивчення і взаємодії з місцями до їхнього фізичного візиту.

Віртуальна реальність (VR) в мобільних додатках для туризму є ще однією потужною технологією, яка змінює спосіб, яким туристи взаємодіють з дестинаціями та культурними об'єктами. VR дозволяє створювати повністю віртуальні середовища, де користувачі можуть "перебувати" в іншому місці або навіть переживати події, які неможливо відтворити в реальному світі. Завдяки мобільним додаткам, що підтримують VR, туристи можуть відвідати місця, яких вони не можуть дістатися фізично, або попередньо ознайомитися з обраною дестинацією, що відкриває нові можливості для маркетингу, планування подорожей та поглибленого дослідження культури.

Основні можливості VR в мобільних додатках для туризму представлено на рис.2.7.

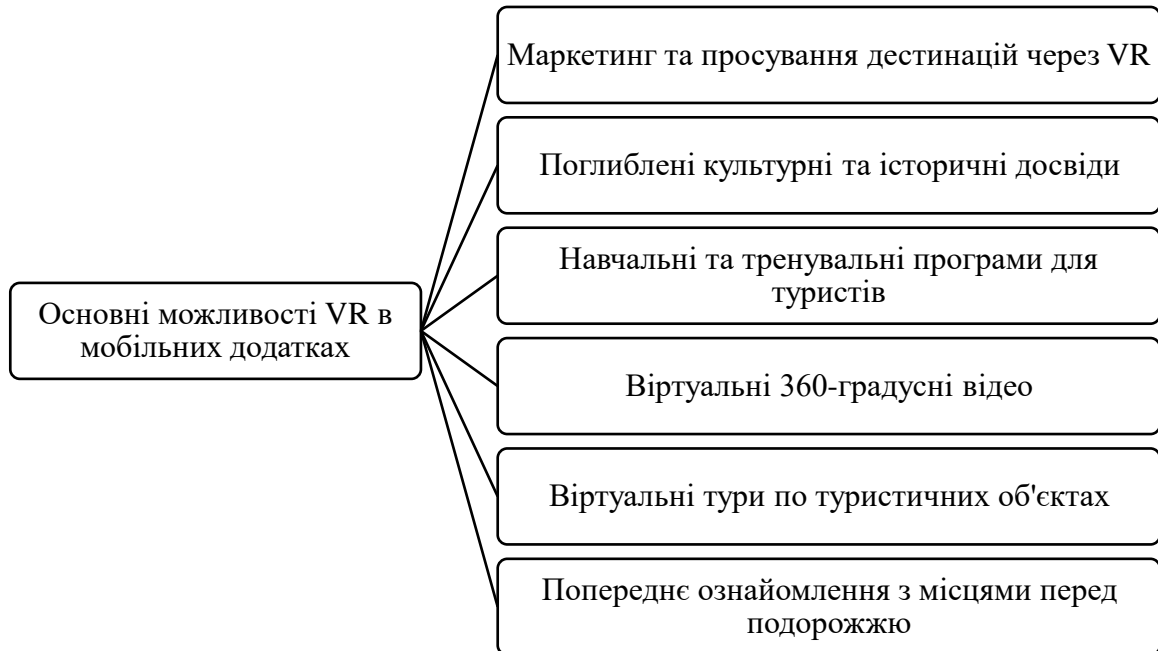


Рис.2.7. Можливості VR в мобільних додатках для туризму

*\*Складено автором*

Віртуальна реальність (VR) дозволяє створювати повноцінні віртуальні тури по пам'ятках, музеях, національних парках та іншим популярним туристичним місцям. Це дає можливість користувачам перебувати в реальному місці, навіть якщо вони не можуть фізично бути там. Туристи можуть переміщатися по об'єкту, вивчати його деталі, взаємодіяти з різними елементами середовища, а також отримувати додаткову інформацію через інтерактивні елементи, такі як аудіо- чи текстові підказки. Додаток Google Earth VR дає змогу користувачам здійснювати віртуальні подорожі по всьому світу, переглядаючи як знамениті місця, так і віддалені природні ландшафти. Це ідеальний інструмент для того, щоб заздалегідь побачити, як виглядає DESTИНАЦІЯ.

Віртуальна реальність дозволяє туристам здійснити віртуальний огляд місць, перед тим як забронювати тур чи готель. Це допомагає зробити вибір більш обґрунтованим і дозволяє уникнути несподіванок після фактичного приїзду. Туристи можуть "перебувати" в номерах готелів, на пляжах, в музеях і навіть в кафе, перевіряючи, чи відповідає це їхнім вимогам і уподобанням. Airbnb експериментує з використанням VR, даючи можливість користувачам віртуально прогулятися по помешканнях, щоб побачити їх ще до бронювання.

Мобільні додатки для туризму можуть використовувати VR для показу 360-градусних відео, які дають можливість "перебувати" в центрі подій. Це можуть бути як віртуальні тури по містах, так і унікальні природні ландшафти чи заходи, які недоступні широкій публіці. Такі відео створюють ефект присутності і дозволяють користувачам відчувати себе частиною події чи місця. Відео-платформи, такі як YouTube, підтримують 360-градусні відео, що дозволяють користувачам "відвідувати" різноманітні туристичні місця або брати участь у віртуальних заходах.

Віртуальна реальність (VR) також може бути використано для створення навчальних програм, що допомагають туристам адаптуватися до нових умов або вивчати основи місцевої культури перед подорожжю.

Наприклад, додатки можуть пропонувати віртуальні курси з вивчення місцевих мов, або навчання, як орієнтуватися в незнайомому місті. Це дає можливість туристам підготуватися до подорожі, отримати корисну інформацію та навіть потренуватися. Додаток Duolingo для вивчення мов може включати VR-елементи для навчання місцевій мові через інтерактивні сесії та діалоги з віртуальними персонажами.

Таким чином, мобільні додатки для туризму продовжують розвиватися і забезпечувати більшу інтерактивність, персоналізацію та зручність для користувачів. Інтеграція нових технологій, таких як AR і VR, дає значний поштовх для розширення можливостей мобільних додатків, дозволяючи створювати нові форми вивчення туристичних дестинацій. Мобільні додатки не тільки покращують досвід подорожуючих, але й стають важливим інструментом для туристичних компаній у просуванні своїх послуг і створенні лояльності серед клієнтів.

## РОЗДІЛ 3

### РОЗРОБКА МОБІЛЬНОГО ДОДАТКУ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ ЯК ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ

#### 3.1 Мета розробки мобільного додатка

Чернівці, місто, яке зберігає унікальний дух історії та культури, є важливим центром туризму Західної України. Воно вражає туристів своєю архітектурною спадщиною, багатством традицій, а також гостинністю місцевих жителів. Проте, щоб повною мірою реалізувати його туристичний потенціал, необхідно забезпечити сучасний підхід до організації туристичних послуг і комунікації з потенційними відвідувачами. Сучасний турист прагне швидкого, зручного та інтуїтивно зрозумілого способу отримати доступ до необхідної інформації, і мобільний додаток є ідеальним рішенням для цього завдання.

Мета розробки мобільного додатка полягає в створенні цифрового сервісу, який об'єднає всі аспекти планування та організації туристичних поїздок до Чернівців в одному місці. Цей додаток має не лише полегшити процес пошуку житла, закладів харчування, визначних місць та розваг, але й стати своєрідним мостом між туристами та локальним бізнесом, сприяючи його розвитку.

Мобільний додаток **E-Chernivtsi** — це сучасна платформа, розроблена для підвищення туристичної привабливості Чернівців, покращення зручності для мандрівників та підтримки місцевого бізнесу. Він слугує інноваційним інструментом, який поєднує в собі функції інтерактивного гіда, персонального планувальника подорожей та платформи для бронювання послуг.

Цей додаток спрямований на створення максимально комфортного досвіду для туристів, які бажають дослідити Чернівці, їхню історію, культуру та

атмосферу. Завдяки інтеграції сучасних технологій, таких як доповнена реальність, персоналізовані рекомендації та офлайн-карти, **E-Chernivtsi** пропонує зручний доступ до інформації про головні пам'ятки, заклади харчування, транспорт та заходи. Мандрівники можуть легко дізнаватися про цікаві локації, бронювати послуги в режимі реального часу, будувати маршрути з урахуванням своїх інтересів та отримувати корисну інформацію навіть без підключення до інтернету.

Додаток не лише допомагає туристам, але й підтримує місцеву економіку, популяризуючи локальні заклади та сервіси. Особливий акцент зроблено на сталий розвиток, пропонуючи еко-френдлі маршрути, заклади та активності. Інноваційні функції, такі як аудіогіди та інтерактивні карти, дозволяють туристам отримати унікальний досвід, знайомлячись із культурною спадщиною Чернівців у зручному форматі.

**E-Chernivtsi** є інструментом, який відповідає сучасним викликам туристичної галузі, допомагаючи як відвідувачам, так і жителям міста отримувати максимум переваг від туристичної інфраструктури Чернівців. Його розробка є вагомим кроком у напрямку цифровізації туристичного сектору регіону.

Основними завданнями додатка є:

- **Підвищення туристичної привабливості Чернівців.**  
Додаток створений для того, щоб зробити місто доступним для туристів з усього світу, демонструючи його переваги, унікальні особливості та можливості.
- **Оптимізація туристичного досвіду.**  
Додаток забезпечує швидкий доступ до потрібної інформації, заощаджуючи час користувачів. Туристи зможуть планувати свій маршрут, вибирати найкращі місця для проживання чи харчування та отримувати рекомендації, які враховують їхні інтереси.

- **Інтеграція технологій у туристичний сектор.**  
Додаток стане важливим інструментом цифровізації міста, допомагаючи зробити його сучасним туристичним центром.
- **Розвиток локальної економіки.**  
Завдяки платформі, локальні бізнеси отримають додатковий інструмент для залучення клієнтів. Це сприятиме розвитку малих і середніх підприємств, таких як готелі, ресторани та сувенірні магазини.

Чернівці мають великий потенціал, щоб стати популярним туристичним центром, і мобільний додаток покликаний допомогти реалізувати цей потенціал. Він стане не лише зручним сервісом для туристів, але й частиною глобальної стратегії просування міста на міжнародній арені.

### **3.2 Основні функції мобільного додатка та його конкурентні переваги**

Мобільний додаток для Чернівців пропонує широкий спектр функцій, які дозволяють максимально спростити планування подорожі, зробити перебування в місті приємним і незабутнім, а також сприяти розвитку міста як туристичного центру.

#### **Функціональність додатка**

##### **1. Бронювання житла**

Однією з ключових функцій додатка є інтеграція сервісів для пошуку та бронювання житла. Туристи можуть обрати з-поміж готелів, хостелів, апартаментів або приватного житла. Завдяки фільтрам (ціна, зручності, відгуки, відстань до центру) користувачі легко знайдуть ідеальне місце для проживання.

Окрім цього, кожен варіант житла міститиме детальний опис, фото, рейтинги та відгуки попередніх гостей, що допомагає прийняти обґрунтоване рішення. Додаток також забезпечує можливість



безпосередньо спілкуватися з адміністрацією обраного житла для уточнення деталей.

## 2. **Каталог ресторанів і кафе**

Чернівці славляться різноманіттям гастрономічних закладів, і додаток включатиме докладний каталог ресторанів, кафе та барів. Користувачі зможуть:

- Переглядати меню, фото страв і ціни.
- Читати відгуки відвідувачів та переглядати рейтинги.
- Шукати заклади за типом кухні (українська, румунська, європейська тощо) або за місцем розташування.
- Забронювати столик безпосередньо через додаток.

## 3. **Екскурсійні маршрути та культурні події**

Додаток пропонує інтерактивні екскурсійні маршрути, які можна проходити самостійно або з гідом. Туристи отримують доступ до історій про головні пам'ятки міста, інтерактивних карт із позначками цікавих місць та рекомендацій для фотографування.

Окрім цього, додаток інформуватиме про культурні події, фестивалі, вистави та концерти, що відбуваються в Чернівцях. Функція попереднього бронювання квитків або участі в заходах забезпечує додаткову зручність.

## 4. **Офлайн та онлайн карта міста**

Карта — одна з найважливіших функцій додатка. Вона дозволяє туристам орієнтуватися в місті без необхідності підключення до інтернету. На карті будуть позначені всі головні пам'ятки, місця відпочинку, транспортні зупинки, магазини та інші об'єкти інфраструктури.

## 5. **Особисті рекомендації**

Завдяки використанню алгоритмів персоналізації, додаток пропонуватиме рекомендації, які відповідають уподобанням

користувача. Наприклад, туристам, які цікавляться історією, додаток може запропонувати музеї та архітектурні пам'ятки, а любителям активного відпочинку — піші прогулянки або прокат велосипедів.

#### 6. **Можливість бронювання додаткових послуг**

Туристи зможуть замовляти трансфери, орендувати велосипеди чи автомобілі, купувати квитки в музеї та на вистави. Це дозволить значно спростити організацію подорожі.

### **Конкурентні переваги додатка**

#### 1. **Інтегрованість послуг в одному рішенні**

Більшість мобільних додатків зосереджуються на одній конкретній функції: пошуку житла, бронюванні ресторанів чи маршрутах. Наш додаток пропонує комплексний підхід, забезпечуючи всі ці можливості в одному місці.

#### 2. **Актуальність і локалізація контенту**

Вся інформація в додатку актуальна, оновлюється регулярно та адаптована спеціально для Чернівців. Локальний контент гарантує, що туристи отримують найточніші та найкорисніші рекомендації.

#### 3. **Сучасний дизайн і простота використання**

Інтерфейс додатка інтуїтивно зрозумілий навіть для тих, хто рідко користується технологіями. Чітка структура, зручна навігація та яскравий, привабливий дизайн забезпечують комфорт користувачів.

#### 4. **Екологічність**

Додаток сприяє зменшенню використання паперових карт і путівників, що відповідає сучасним тенденціям сталого розвитку.

#### 5. **Мультифункціональність та інноваціям**

Використання сучасних технологій, таких як персоналізація контенту, інтеграція з платіжними системами та підтримка кількох мов (українська, англійська, румунська), дозволяє конкурувати з найкращими світовими туристичними платформами.

## ВИСНОВОК

За результатами дослідження можна зробити наступні висновки:

1. Узагальнивши різноманітні наукові підходи та визначення, нами встановлено, туристична дестинація — це конкретне місце або територія, яка приваблює туристів завдяки своїм природним, культурним або історичним ресурсам. Це може бути місто, регіон чи ціла країна, що володіє унікальними характеристиками, які викликають інтерес у подорожуючих. Туристична дестинація включає не лише самі об'єкти, які можуть бути відвідані, але й всю інфраструктуру, що забезпечує комфорт туристів, зокрема готелі, ресторани, транспорт, розваги тощо.

Основними характеристиками туристичної дестинації є природні ресурси (пейзажі, клімат), культурна та історична спадщина (пам'ятки, традиції), а також розвинена туристична інфраструктура, що включає транспортні шляхи, готелі, заклади харчування і розваг. Важливим аспектом є також рівень розвитку послуг для туристів, таких як інформаційні центри, екскурсії, безпека та обслуговування, що сприяють створенню комфортного та незабутнього досвіду для відвідувачів.

2. Встановлено, що моделі та підходи до просування туристичних дестинацій орієнтовані на максимальне залучення уваги потенційних туристів та створення позитивного іміджу. Одним з популярних підходів є маркетинг за допомогою брендування, коли дестинація створює унікальний образ, що виділяє її серед конкурентів. Це може включати розробку логотипу, слогану та маркетингових кампаній, що акцентують на особливостях місцевості, таких як природні пейзажі, історичні пам'ятки чи культура. Сучасні технології, включаючи соціальні мережі та інтернет-рекламу, активно використовуються для просування дестинацій, дозволяючи швидко поширювати інформацію та залучати цільові аудиторії.

3. Основними інструментами просування туристичних дестинацій на міжнародному ринку є цифровий маркетинг, участь у міжнародних виставках

та розвиток бренду дестинації. Цифровий маркетинг, який охоплює рекламу в соціальних мережах, пошукову оптимізацію (SEO), контент-маркетинг та співпрацю з туристичними блогерами, дозволяє досягати широкої аудиторії та таргетувати конкретні групи потенційних відвідувачів. За допомогою соціальних мереж та онлайн-реклами дестинації можуть ефективно залучати туристів, зокрема за рахунок яскравих візуальних матеріалів та інтерактивних елементів, які підвищують привабливість місця.

4. Встановлено, що цифрові технології відіграють ключову роль у маркетингу туристичних дестинацій, дозволяючи ефективно досягати цільової аудиторії та створювати інтерактивний і привабливий образ місця. Завдяки інструментам, таким як соціальні мережі, пошукова оптимізація (SEO), контент-маркетинг та реклама через відеоплатформи, дестинації можуть широко охоплювати аудиторію по всьому світу, таргетуючи конкретні групи мандрівників. Віртуальні тури, доповнена (AR) і віртуальна реальність (VR) надають туристам можливість попередньо "відвідати" місця, що стимулює їхнє бажання побачити ці дестинації особисто. Також, завдяки цифровій аналітиці, туристичні організації можуть відслідковувати вподобання відвідувачів, адаптувати маркетингові стратегії та краще розуміти потреби своїх клієнтів, забезпечуючи персоналізований підхід і підвищуючи ефективність своїх кампаній.

5. Популярні мобільні додатки для туристів значно спрощують усі етапи подорожі – від початкового планування до навігації на місці призначення. Вони дозволяють зручно бронювати житло, квитки та транспорт, використовуючи додатки на зразок Booking.com, Airbnb і Skyscanner. Користувачі можуть переглядати численні варіанти проживання, сортувати їх за ціною, рейтингом і типом, а також читати відгуки, що допомагає обрати найкращий варіант. Деякі з додатків, наприклад, Agoda і Hotels.com, надають мобільні знижки та спеціальні пропозиції, які дозволяють заощадити під час подорожей. До того ж, вони часто забезпечують гнучкі умови скасування та зручну підтримку клієнтів.

Додатки для навігації, такі як Google Maps і Here WeGo, дозволяють мандрівникам зручно орієнтуватися на місцевості, пропонуючи маршрути для пішохідних і автомобільних подорожей, а також офлайн-карти, доступні без підключення до інтернету. Інші додатки, як-от TripIt або Roadtrippers, допомагають створювати детальні маршрути, зберігаючи бронювання в одному місці і нагадуючи про важливі події та деталі подорожі. Спеціалізовані додатки для пошуку розваг та екскурсій, як GetYourGuide і Viator, пропонують широкий вибір заходів і турів, що збагачують туристичний досвід.

6. Мобільні додатки для туристів забезпечують широкий набір функцій, що охоплюють ключові потреби мандрівників. Вони дозволяють швидко шукати й бронювати житло, авіаквитки, транспорт, а також порівнювати ціни з різних платформ, як у Skyscanner чи Trivago, що допомагає знайти найбільш вигідні пропозиції. Додатки також забезпечують інтерактивні карти та офлайн-навігацію, що особливо зручно в місцях із поганим інтернетом; тут лідирують Google Maps і Here WeGo. Інтеграція відгуків та рейтингів на платформах типу Booking.com та TripAdvisor допомагає оцінити якість послуг і вибрати оптимальний варіант. Спеціальні функції, як планування маршрутів у TripIt або організація витрат у Trail Wallet, дозволяють зручно зберігати всі важливі деталі подорожі та контролювати бюджет.

7. Встановлено, що мобільні додатки значно впливають на вибір туристичних маршрутів і дестинацій, надаючи користувачам легкий доступ до інформації про найцікавіші місця, популярні маршрути та рекомендації інших мандрівників. Завдяки таким платформам, як TripAdvisor, GetYourGuide та Airbnb Experiences, користувачі можуть переглядати огляди, фото й відгуки реальних людей про туристичні місця, що допомагає сформувати об'єктивне уявлення про обрану дестинацію. Це спонукає мандрівників відвідувати маловідомі місця, які ще не стали масово популярними, але мають позитивні відгуки. Додатки дозволяють

користувачам налаштовувати маршрути відповідно до своїх уподобань, що сприяє більш персоналізованому туристичному досвіду та відкриттю нових місць.

Окрім того, додатки для планування маршрутів, такі як Google Maps, Roadtrippers чи Komoot, надають інтерактивні карти, що дозволяють будувати маршрути з урахуванням часу, доступних видів транспорту та навіть місць для відпочинку. Ці додатки можуть пропонувати альтернативні або менш відомі маршрути, зокрема еко-стежки чи маршрути через природні парки, що допомагає уникати перевантажених туристичних локацій. Спеціалізовані додатки також часто пропонують місцеві події та культурні заходи, що додає нових опцій для вибору маршруту. Загалом, мобільні додатки сприяють більш обізнаному вибору destinations і дозволяють туристам планувати поїздки, зважаючи на зручність, доступність та особисті інтереси.

8. Доповнена (AR) та віртуальна реальність (VR) кардинально змінюють підхід до організації туристичних подорожей, надаючи можливість створювати більш інтерактивні, доступні й персоналізовані враження. Завдяки цим технологіям мобільні додатки пропонують туристам захоплюючі віртуальні екскурсії та віртуальні попередні огляди destinations, що дозволяє користувачам відчувати атмосферу місць ще до подорожі. Такі додатки, як VR-тури музеями або віртуальні підйоми на найвищі вершини, дають можливість відвідувати навіть важкодоступні чи закриті для відвідувачів місця. AR, своєю чергою, інтегрує додаткову інформацію на екрани смартфонів, допомагаючи туристам орієнтуватися в реальному часі, наприклад, шляхом показу віртуальних вказівників або історичних довідок під час огляду пам'яток. Це не лише розширює можливості дослідження, а й додає елемент навчання, що робить подорожі багатограннішими та глибшими за змістом.

Таким чином, мобільні додатки кардинально змінили туристичну індустрію, роблячи процес планування та вибору маршрутів значно легшим,

більш персоналізованим і гнучким. Вони забезпечують туристів швидким доступом до даних, рекомендаціями на основі інтересів, інструментами для бронювання та багатьма інтерактивними функціями, що робить подорожі більш приємними та комфортними.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аврята А. Міжнародні туристичні організації та їх роль у розвитку інформатизації туризму у глобальному середовищі. *Наукові інновації та передові технології*. 2023. №. 4 (18).
2. Адамовська М., Зубко Т. Туризм в епоху digital-комунікацій. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*. 2021. Т. 4. №. 1. С. 30-39.
3. Арбузова Ю. В. Модель процесу формування іміджу туристської дестинації. *Інформаційні технології в освіті, науці та виробництві*. 2016. №. 2 (13). С. 252-262.
4. Бабич Ю., Примак Т. Сучасні методи просування та стимулювання збуту туристичних продуктів за допомогою соціальних мереж. *Економіка та суспільство*. 2020. №. 22.
5. Барна М. Ю., Стецик Я. В. Організація культурних заходів як економічний інструмент розвитку туризму. *Академічні візії*. 2023. №. 22.
6. Безуглий І. В. Перспективні моделі організації туристичного бізнесу. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2021. №. 3. С. 3-8.
7. Белоусова Н. В. Управління розвитком туристичних дестинацій в економічній системі України. *Вчені записки ТНУ імені ВІ Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2021. Т. 32. №. 71. С. 1-7.
8. Білик В. В., Чернявська О., Войнікова А. Маркетинговий підхід до управління формуванням туристичного продукту. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. Т. 1. №. 6. С. 184-189.
9. Босовська М. В., Бойко М. Г., Охріменко А. Г. Цифрові технології як драйвери трансформації туристичної системи. *Сталий розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика*. С. 123-127.



10. Глібова Ю. В. Аналіз поглядів на вивчення туристичної дестинації: суспільно-географічний аспект. *Географія та туризм*. 2015. №. 34. С. 103-114.
11. Головчан А. І. Методика оцінки ефективності функціонування туристичних дестинацій в Україні. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2010. №. 4. С. 131-137.
12. Добрянська Н.А. Регіональна туристична дестинація в системі публічного управління як основа забезпечення конкурентоспроможності регіону. *Аграрний вісник Причорномор'я. Збірник наукових праць. Серія: «Економічні науки»*. Одеса, 2018. Вип. 89. – с. 31 – 37.
13. Д'яконова А., Тітомир Л., Жовтяк К. Сучасні тенденції організації та контроль якості систем бронювання в готельному господарстві. *Економіка та суспільство*. 2021. №. 33.
14. Заїка О. Вплив конвергенції та євроінтеграції на розвиток туристичних дестинацій. *Collection of scientific papers «ΛΟΓΟΣ»*. 2023. №. July 21, 2023; Paris, France. С. 11-12.
15. Кифяк О. Ресурсний потенціал розвитку туристичних дестинацій. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2019. № 4. С. 60-70.
16. Кожухівська Р.Б. Digital-технології як основа розвитку туристичної діяльності в Україні. *Економіка та держава*. 2020. № 7. С. 93–98.
17. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: ПП “ТД Едельвейс і К”, 2017. 322 с.
18. Коробейникова Я. С. Тракткування поняття туристичних дестинацій в контексті їх сбалансованого розвитку. *Проблеми та перспективи розвитку науки на початку третього тисячоліття у країнах Європи та Азії*. 2015. С.23.
19. Король О.Д. ОСНОВИ ТУРИСТСЬКОГО МАРКЕТИНГУ: Навчальний посібник, 2-ге вид. перероб. і доп. — Чернівці: Чернівецький національний університет, 2021. – 140 с.

- 20.Костинець В. В. Тенденції цифровізації у сфері брендингу туристичних дестинацій. *Вчені записки Таврійського національного університету ім. ВІ Вернадського*. 2019. №. 6. С. 2.
- 21.Кучерява Г. О. Туристична дестинація як об'єкт управління в туризмі. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Історія, економіка, філософія*. 2023. №. 28. С. 93-102.
- 22.Лисюк Т., Ройко Л., Білецький Ю. Цифрові інноваційні технології у сфері туризму України. *Економіка та суспільство*. 2023. №. 52.
- 23.Лужанська Т. Ю. Стратегії розвитку регіональних туристичних дестинацій. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Сер.: Економіка*. 2014. №. 2. С. 175-180.
- 24.Лущик М., Каткова Т. Маркетинговий підхід до управління формуванням туристичного продукту. *Development Service Industry Management*. 2023. №. 1. С. 68-74.
- 25.Машіка Г. Особливості використання мобільних додатків в організації та проведенні екскурсій. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2024. №. 1 (11). С. 32-39.
- 26.Миронов Ю. Б. Дестинація як ключовий елемент регіональної туристичної системи. *Економіка та управління: сучасний стан і перспективи розвитку: Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф (м. Одеса, 23-24 листопада 2017 р.)*. Одеса: ОДАБА, 2017. Ч. 1. 370 с. С. 65-68.
- 27.Миронов Ю. Б., Свидрук І. І., Топорницька М. Я. Стратегічне маркетингове планування в туризмі. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2020. Т. 30. №. 1.С. 94-98.
- 28.На замітку: 70 мобільних додатків для подорожей. URL: <http://www.rivne1.tv/Info/?id=81893> (дата звернення: 15.10.2024).
- 29.Наумова О., Кудряшов Є. Життєвий цикл туристичних дестинацій в контексті управління розвитком. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2023. №. 4 (72). С. 111-122.

30. Осіпчук А. С. Національна туристична організація України як фасилітатор сталого розвитку туристичної галузі та економічного зростання. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2022. №. 6. С. 33-40.
31. Офіційний сайт Trainline. URL: <https://www.thetrainline.com> (дата звернення: 15.10.2024).
32. Офіційний сайт TripIt. URL: <https://www.tripit.com/en-uk/web> (дата звернення: 15.10.2024).
33. Офіційний сайт Agoda. URL: <https://www.agoda.com> (дата звернення: 15.10.2024).
34. Офіційний сайт Hotels.com. URL: <https://hotels24.ua> (дата звернення: 15.10.2024).
35. Офіційний сайт Airbnb. URL: <https://www.airbnb.ru/ukraine/stays> (дата звернення: 15.10.2024).
36. Офіційний сайт Booking.com. URL: <https://www.booking.com> (дата звернення: 15.10.2024).
37. Офіційний сайт Sygic Travel Trip Planner. URL: <https://snaptrip.ai> (дата звернення: 15.10.2024).
38. Офіційний сайт TripAdvisor. URL: <https://www.tripadvisor.com> (дата звернення: 15.10.2024).
39. Офіційний сайт Atlas Obscura. URL: <https://www.atlasobscura.com> (дата звернення: 15.10.2024).
40. Офіційний сайт Lonely Planet. URL: <https://www.lonelyplanet.com> (дата звернення: 15.10.2024).
41. Офіційний сайт Roadtrippers. URL: <https://roadtrippers.com> (дата звернення: 15.10.2024).
42. Офіційний сайт Kayak. URL: <https://www.ua.kayak.com> (дата звернення: 15.10.2024).

- 43.Офіційний сайт Omio. URL: <https://www.omio.com> (дата звернення: 15.10.2024).
- 44.Офіційний сайт FlixBus. URL: <https://www.flixbus.ua> (дата звернення: 15.10.2024).
- 45.Паньків Н., Гуменяк В. Діджиталізація туристичних маршрутів в Україні: сучасний стан та тенденції розвитку. *Development Service Industry Management*. 2024. №. 1. С. 253-267.
- 46.Пономаренко І. В. Інтернет-маркетинг: особливості використання та перспективи розвитку. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. Вип. 6 (23). С. 370-376.
- 47.Пономаренко І. В. Особливості формування маркетингових комунікацій в умовах цифровізації. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2021. Вип. 7. С. 91-96.
- 48.Пономаренко І. В., Віннікова І. І. Особливості використання data science в інтернетмаркетингу. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. Вип. 4 (27). С. 63-67.
- 49.Пономаренко І. В., Мельник М. О. Трансформація цифрового маркетингу під впливом covid-19. *III міжнародна науково-практична інтернет-конференція "Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку"*. 10 червня 2022 року. С. 169- 171.
- 50.Проскурніна Н. Штучний інтелект у маркетинговій діяльності. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2020. № 4. С. 129-140.
51. Проскурніна Н., Доброскок Ю. Штучний інтелект в маркетинговій діяльності підприємств торгівлі. *Тези доповідей міжнародної науковопрактичної конференції "Економічний розвиток і спадщина Семена Кузнеця"*. 30-31 травня 2019 р. Харків, 2019. С. 254-255.
- 52.Ратинський В., Галицька І., Северіна Ю. Використання інформаційних технологій та SMM у сфері туризму. *Електронне наукове фахове видання "Соціально-економічні проблеми і держава"*. 2021. №. 2 (25). С. 695-701.

53. Романів А. С., Романів О. Я. Сучасні модифікації моделі маркетинг-мікс та особливості їх застосування у туризмі. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2017. №. 2 (2). С. 251-256.
54. Степанець І., Гринюк Д., Савицька Н. Соціальні мережі як інструмент ефективною комунікації між стейкхолдерами туристичної індустрії в кризовий період. *Економіка та суспільство*. 2022. №. 44.
55. Сущенко О. А., Касенкова К. В. Територіальний брендинг як інструмент розвитку туристично-рекреаційного комплексу. *Економічні інновації*. 2019. №. 21, Вип. 2. С. 139-149.
56. Цвілій С., Жилко О., Зайцева В. Використання цифрових технологій в післявоєнному відновленні індустрії туризму. *Bulletin of Sumy National Agrarian University*. 2023 №. 3 (95). С. 21-25.
57. Шевелюк М. М. Цифровізація у сфері туризму: інноваційні тренди і пріоритетні напрями розвитку. *Питання культурології*. 2021. №. 38. С. 226-235.
58. Шевченко В., Малиш Н. Тематична спрямованість туристичних медіа. *Образ*. 2020. № 1(33). С. 6-20.
59. Шмельова Т., Беляєв Ю. Особливості використання сучасних інформаційних технологій компонентами індустрії туризму. *Редакційна колегія*. 2020. С. 220.
60. Шостак В., Москвич О. Креативний маркетинг у розвитку туристичних дестинацій. *Економіка та суспільство*. 2024. №. 61.
61. Худавердієва В. А. Тенденції впровадження цифрових технологій у сферу туризму. *Наука і техніка сьогодні*. 2022. №10(10).
62. Юрчишина Л. І. Дестинація як основа регіонального розвитку туризму. *Науковий журнал Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2017. Т. 60. №. 60. С. 77-84.
63. 20 додатків, які повинен мати кожен турист у 2019 році. URL: <https://www.momondo.ua/discover/turistichni-dodatki-i-aki-potribno-mati> (дата звернення: 15.10.2024)

64. Digital 2023: global overview report. DataReportal. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report> (дата звернення: 15.10.2024)

## **ДОДАТКИ**

## ДОДАТОК А

*Мобільні додатки для туристів*

Рис.А.1. Мобільний додаток для бронювання житла Airbnb

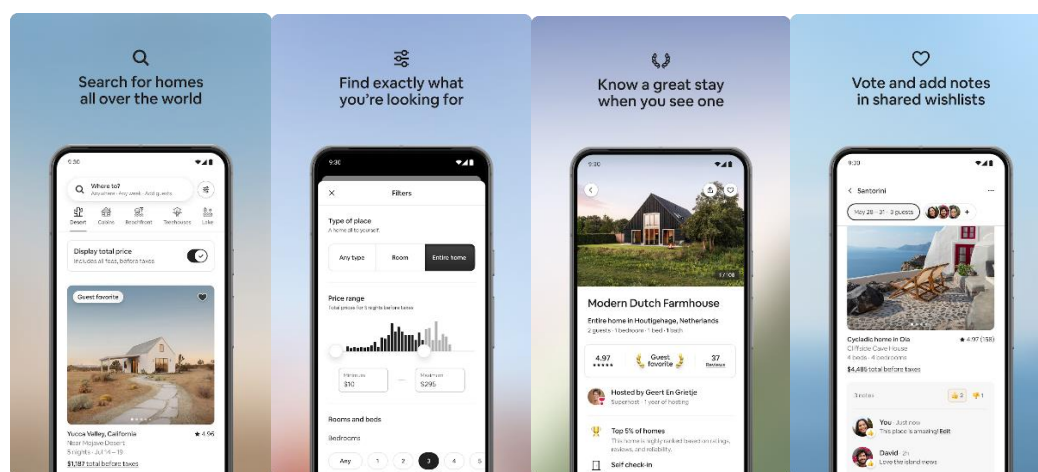


Рис. А.2. Інтерфейс мобільного додатку для бронювання житла Airbnb

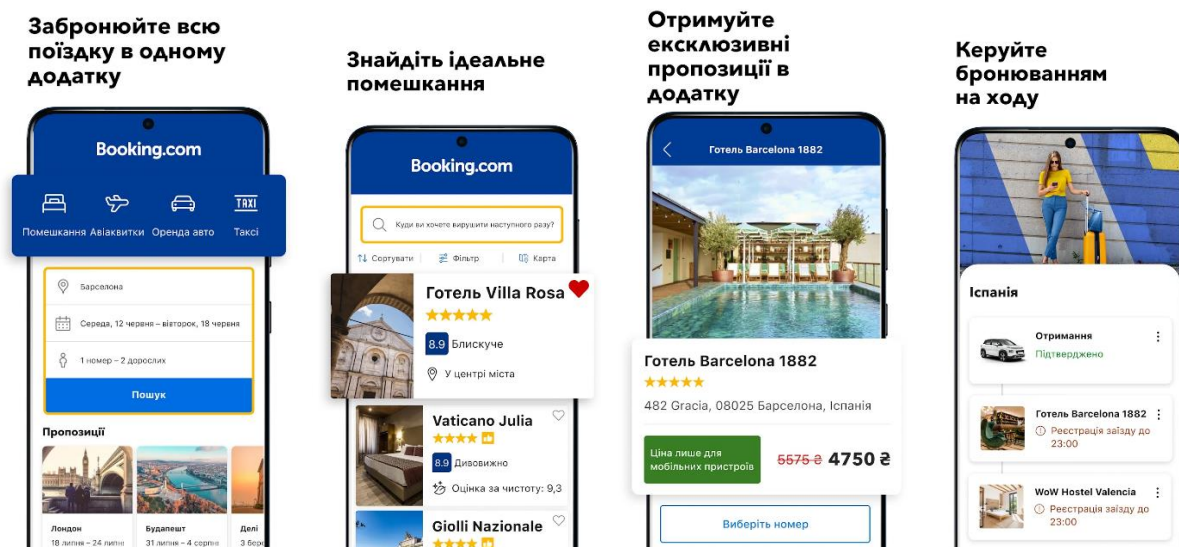


Рис. А.3. Інтерфейс мобільного додатку для бронювання житла Booking.com

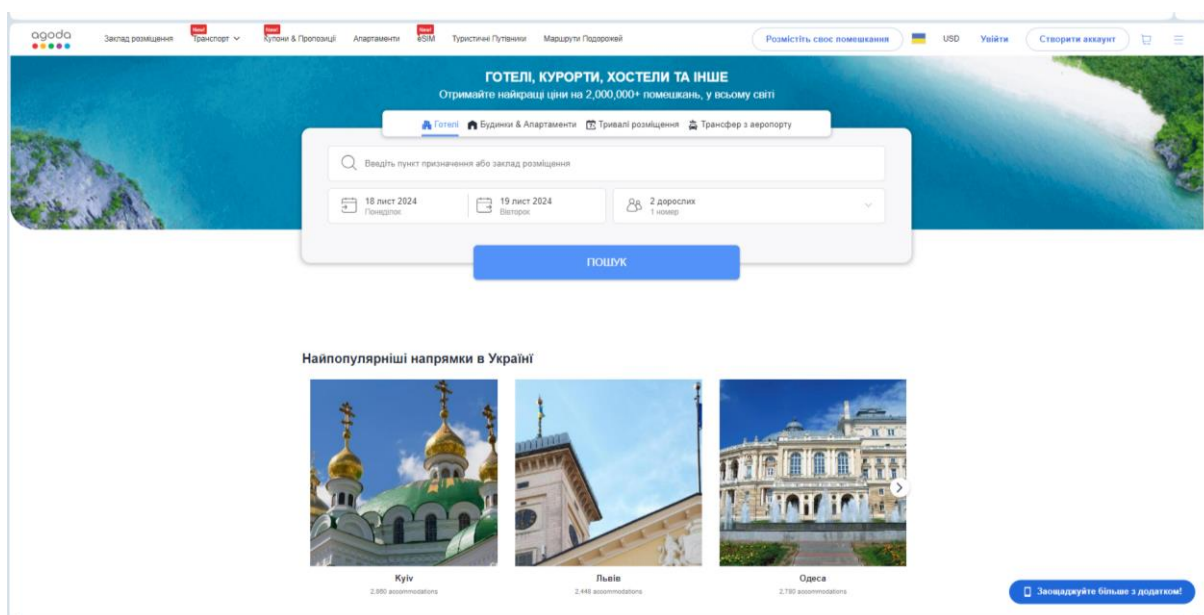


Рис. А.4. Інтерфейс мобільного додатку для бронювання житла Agoda



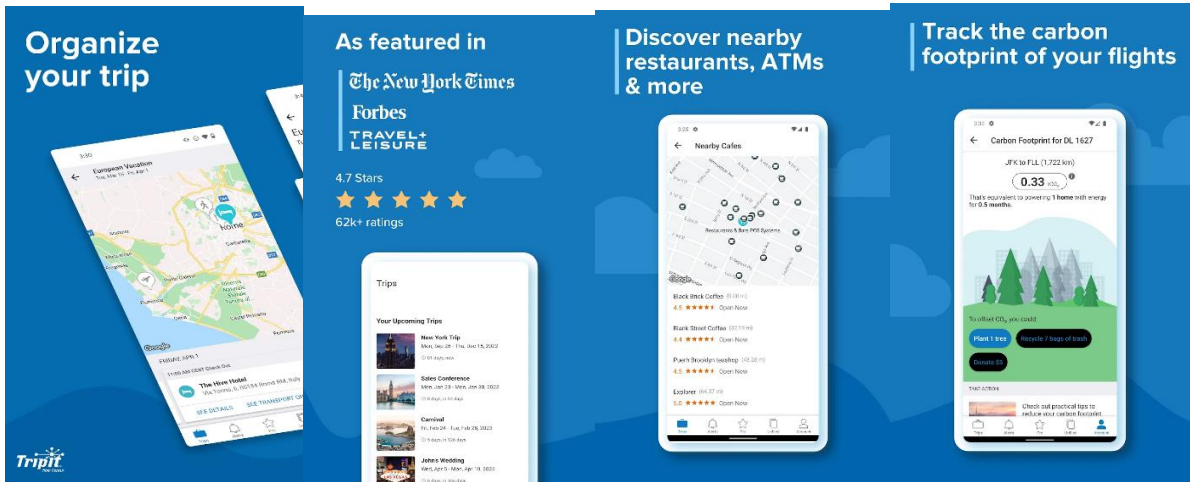


Рис. А.5. Інтерфейс мобільного додатку для планування маршруту TripIt

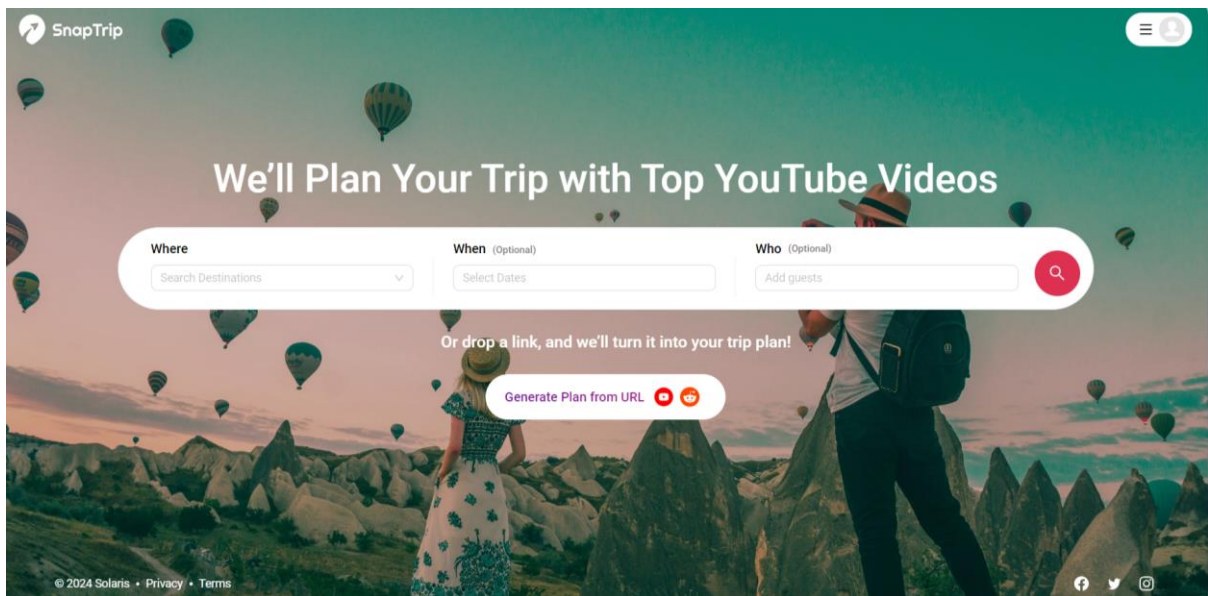


Рис. А.5. Інтерфейс мобільного додатку для планування маршруту Sygic Travel Trip Planner

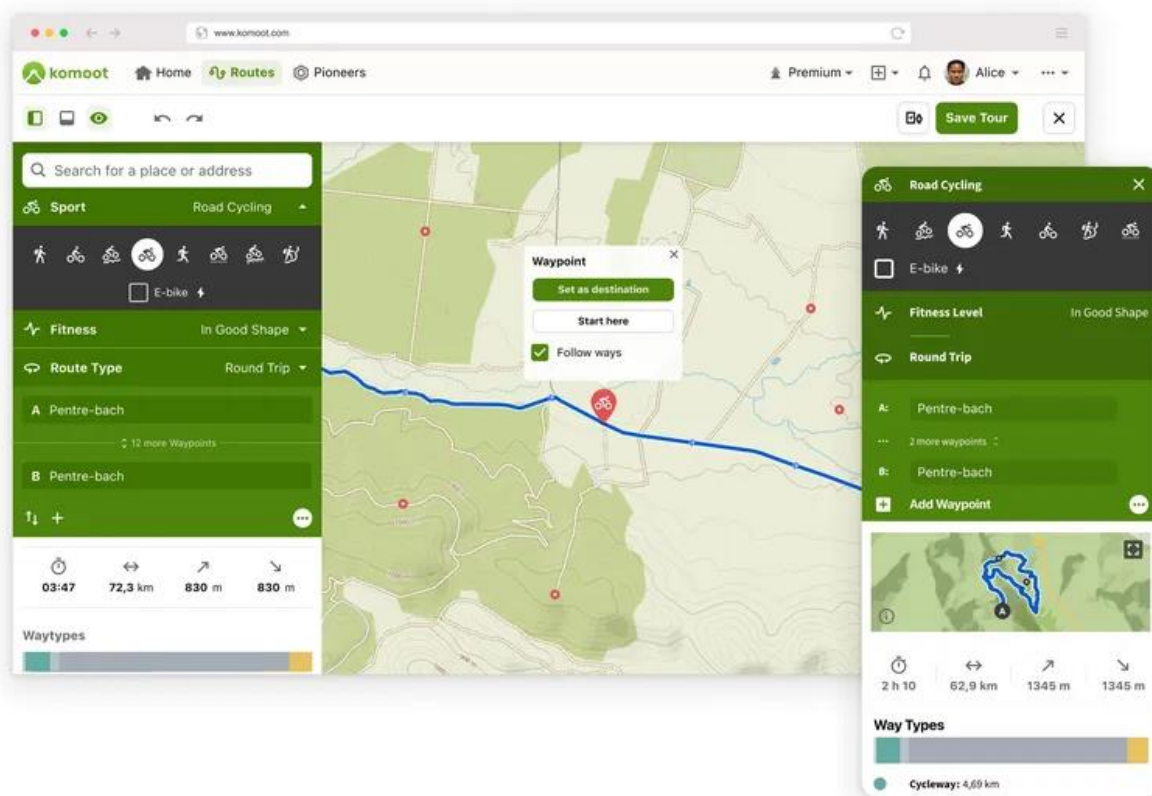


Рис. А.6. Інтерфейс мобільного додатку для планування маршруту Komoot

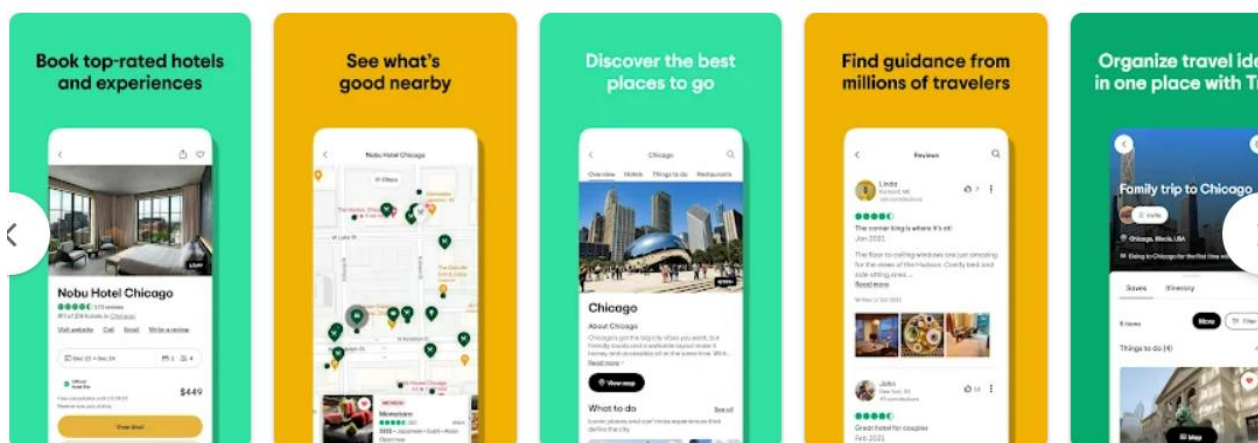


Рис. А.7. Інтерфейс мобільного додатку Tripadvisor

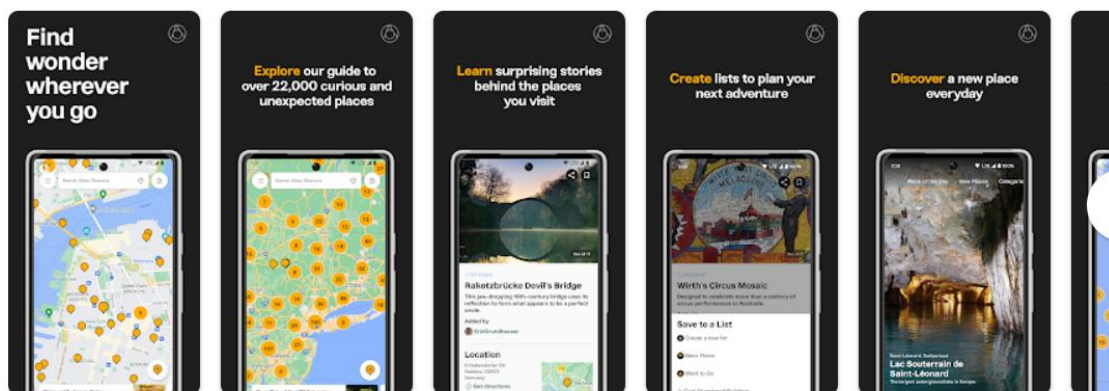


Рис. А.8. Інтерфейс мобільного додатку Atlas Obscura

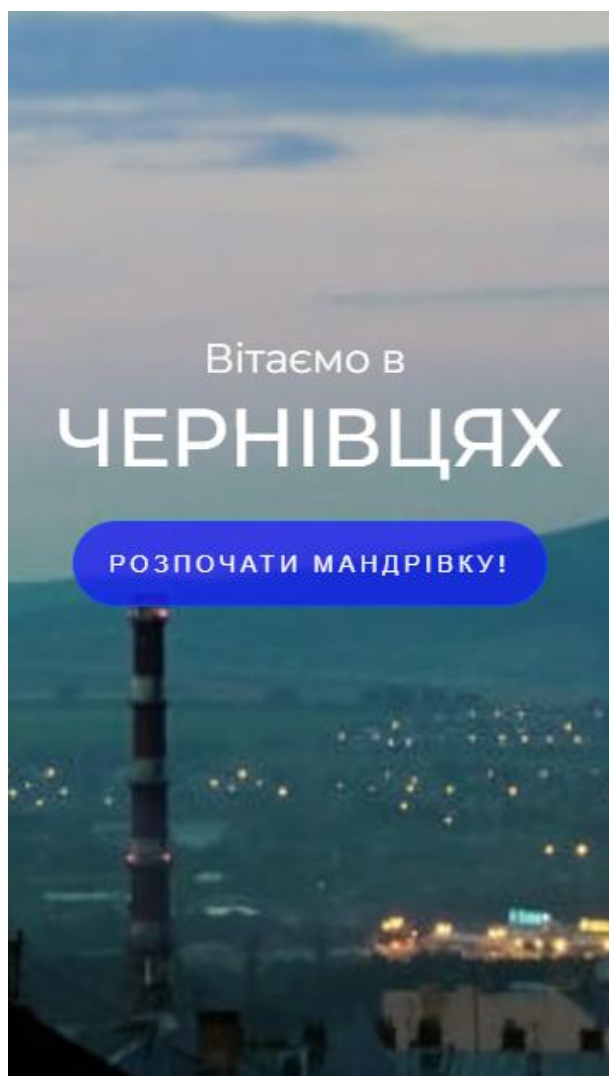
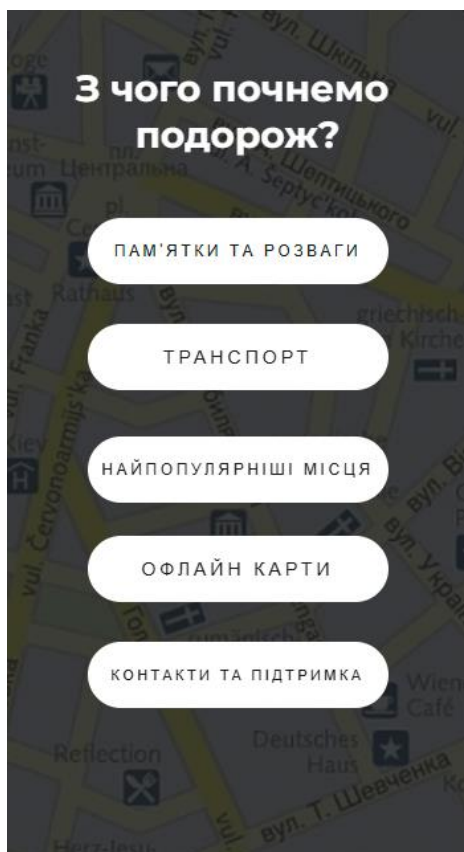


Рис. 1 Початкова сторінка додатку “E-Chernivtsi”



## Розпочнімо подорож з основного!



Резиденція Буковинських митрополитів

ДЕТАЛЬНІШЕ



Площа Філармонії

ДЕТАЛЬНІШЕ

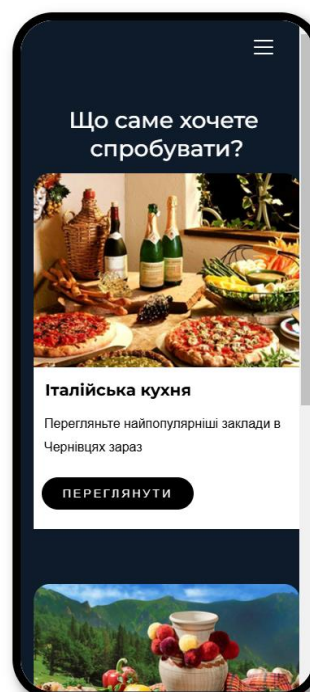
### Резиденція Буковинських митрополитів

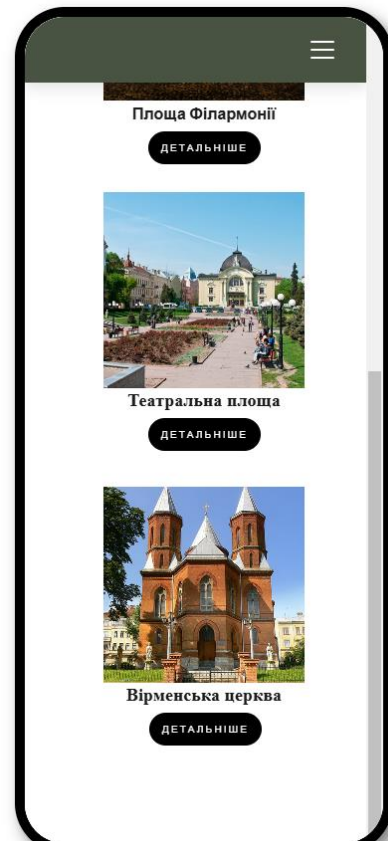
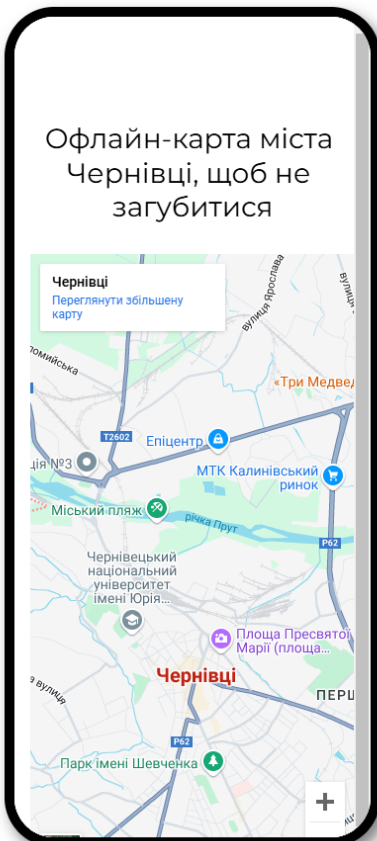
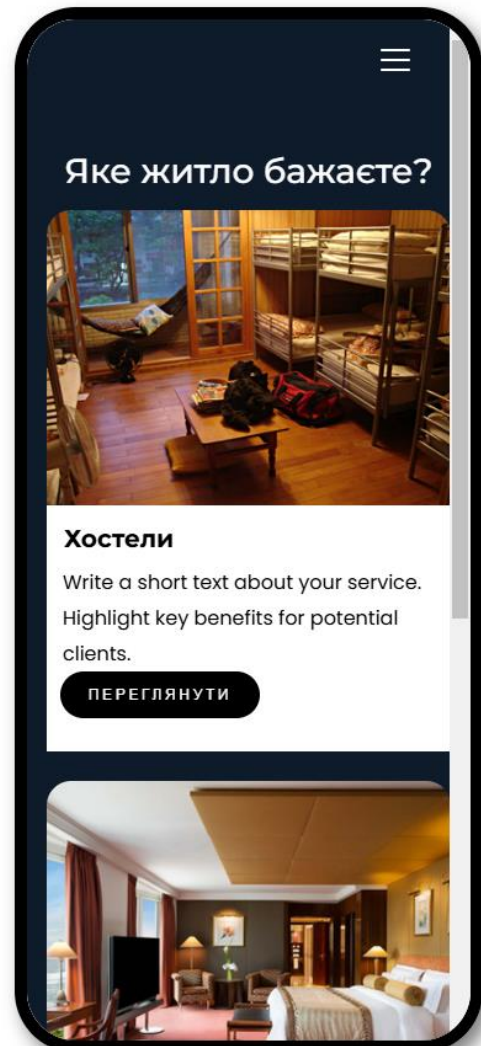
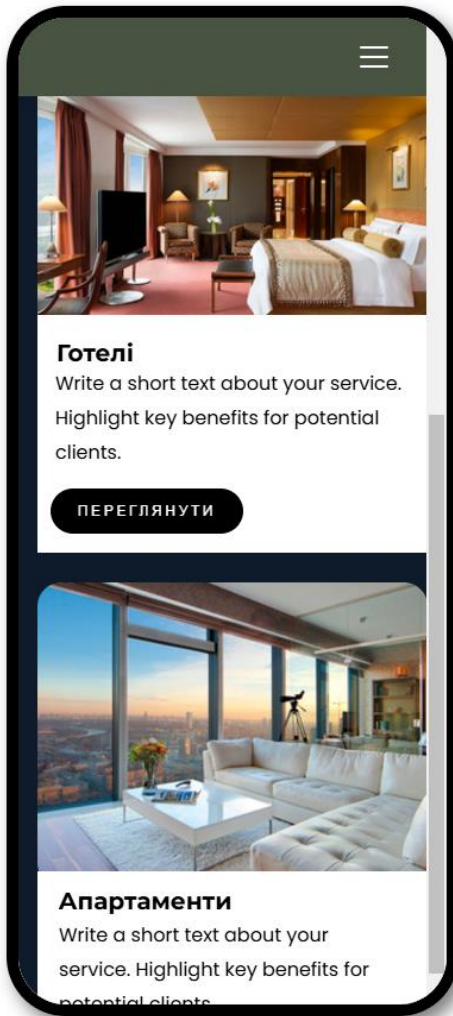


Шедевр архітектури XIX століття, внесений до списку ЮНЕСКО. Цей комплекс, нині Чернівецький університет, вражає своєю грандіозністю, оздобленням та мальовничими садами

#### Адреса

вулиця Коцюбинського, 2





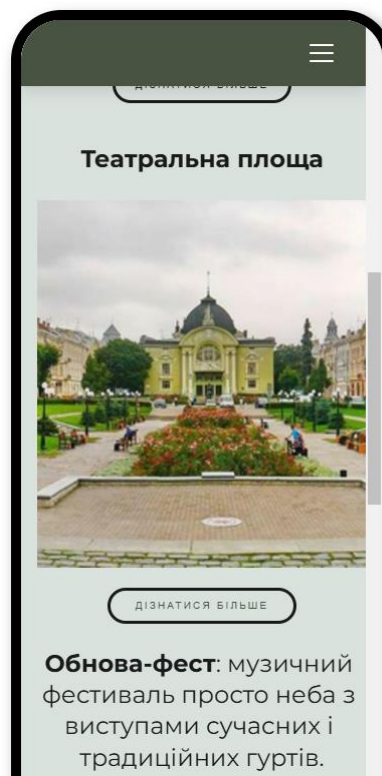
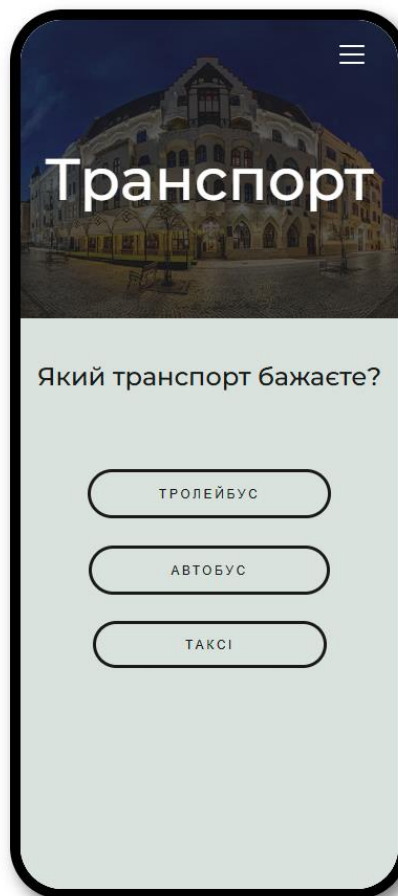
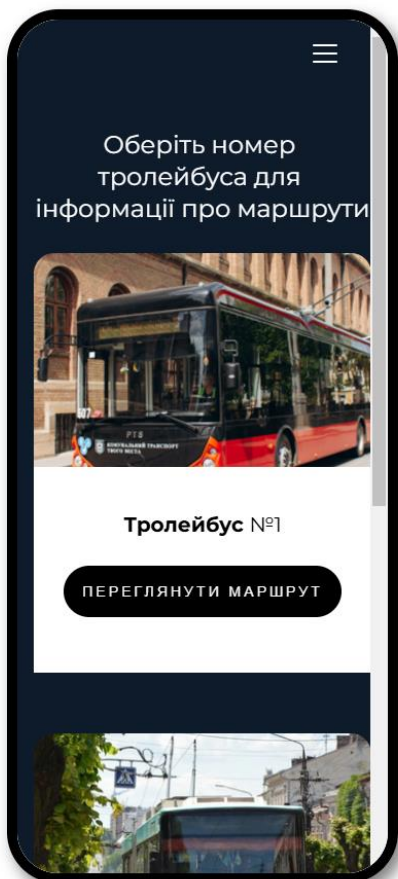




Рис.2 Інтерфейс мобільного додатку E-Chernivtsi