

**Міністерство культури та стратегічних комунікацій України
Національний заповідник «Замки Тернопілля»**

***Охорона культурної
спадщини як
невід’ємний елемент
сталого розвитку
територій***

Збараж – 2025

**Міністерство культури та стратегічних комунікацій України
Національний заповідник «Замки Тернопілля»**

***Охорона культурної
спадщини як
невідємний елемент
сталого розвитку
територій***

Збараж – 2025

Збірник містить матеріали наукової конференції «Охорона культурної спадщини як невід’ємний елемент сталого розвитку територій», що відбулась 20 лютого 2025 року в м. Збараж.

Видання розраховане для істориків, культурологів, фахівців з охорони пам’яток культурної спадщини, музейних працівників, викладачів, студентів, та всіх, хто цікавиться історією рідного краю.

Редакційна колегія:

Анатолій Маціпура	генеральний директор НЗ «Замки Тернопілля»
Олег Заліщук	заслужений архітектор України, лауреат державної премії України в галузі архітектури, головний архітектор НЗ «Замки Тернопілля»
Тетяна Думська	заступниця генерального директора з наукової і культурно-просвітницької роботи НЗ «Замки Тернопілля»
Любов Шиян	кандидат історичних наук, наукова співробітниця НЗ «Замки Тернопілля»
Зоряна Мазуранчик	учений секретар НЗ «Замки Тернопілля»

*Рекомендовано до друку
Вченою Радою Національного заповідника «Замки Тернопілля»
Протокол №3 від 30 квітня 2025 р.*

Галина Островська
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри управління інноваційною
діяльністю та сферою послуг,
Тернопільський національний технічний
університет імені Івана Пулюя, м. Тернопіль
h.ostrovska@gmail.com
Олег Островський
студент спеціальності «Туризм і рекреація»,
Відокремлений структурний підрозділ
«Тернопільський фаховий коледж
Тернопільського Національного технічного
університету імені Івана Пулюя»,
м. Тернопіль
stanecontact@gmail.com

ЦИФРОВІ СЕРВІСИ В ТУРИЗМІ: ЗАСТОСУВАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

***Анотація:** У статті доведено, що зростання туристського попиту за внутрішніми напрямками сприяє розвитку туристської пропозиції та зумовлює трансформації в процесах обслуговування. Зазначено, що цифрові сервіси сприяють розширенню комунікаційних можливостей і доступу до сформованої пропозиції у сфері туризму, володіють певними соціальними та економічними перевагами електронних продажів і дають синергетичний ефект для розвитку сфери туризму регіонів і країни в цілому. Висвітлено, що перспективи цифрових сервісів у туризмі пов'язані з подальшим впровадженням наскрізних технологій і вдосконаленням процесів обслуговування туристів.*

***Ключові слова:** туристичний сектор, діджиталізація, цифрові технології, цифрова трансформація, цифрові сервіси, електронні продажі.*

Туризм, як сфера економічної діяльності, піддається дії політичних, економічних і соціальних викликів, відображає сучасні тенденції та націлений на перспективний розвиток. Водночас вітчизняний туризм розглядається як точка зростання економіки країни та її регіонів. На додаток до істотного економічного ефекту взаємопов'язаних галузей, розвиток туризму дає змогу підвищувати соціальний і культурний рівень населення країни, оскільки організовує відпочинок для відновлення сил, зміцнення здоров'я і під час подорожей дає змогу перебувати на природі, розширювати знання, знайомитися з визначними пам'ятками територій.

Впровадження цифрових технологій змінює туристичне обслуговування, сприяє активному застосуванню ІТ-рішень, формує нові тенденції розвитку туристської галузі. У трендах розвитку актуальними визначено не лише «зміну попиту з боку відвідувачів і стійке зростання туризму», а й вплив «інноваційних технологій і мобільність подорожуючих» [12].

«Широкомасштабне поширення цифрових сервісів і технологій, на думку вчених, є актуальним напрямом дослідження і зачіпає необхідність оцінки готовності (сприйнятливості) бізнесу до змін» [1, с. 114-125].

«Сьогодні цифрові сервіси та мобільні додатки супроводжують туристів на всіх етапах подорожі», що робить їх обов'язковими елементами сучасної туристичної інфраструктури [10, с. 226-235].

В умовах зростання попиту на туристичні послуги, що спостерігається, актуальними стають питання застосування нових сервісів для туристів, зручних і корисних для реалізації подорожей. Розвиток нових сервісів сприяє «переходу на екстериторіальний і безконтактний принципи обслуговування». За останні роки відзначається не лише зростання туристичного попиту за внутрішніми напрямками, а й переваги мандрівників самостійно планувати свої поїздки, чому сприяли, безумовно, цифрові трансформації в соціальному та економічному середовищі [6, с. 139-147].

Обсяг європейського ринку онлайн-туризму, коли подорожі бронюються онлайн через веб-сайт або мобільний застосунок, що спеціалізується на організації поїздок, у 2023 році оцінювали у 82,5 млрд дол. США. За даними досліджень, найбільший приріст кількості користувачів вітчизняних онлайн-платформ у 2023 р. зафіксовано в сервісів для бронювання готелів та апартаментів. Електронні продажі в індустрії гостинності та громадського харчування застосовували 37,3% підприємств, і ці масштаби збільшуються щорічно, а найактивніше використовують вебсайти (27,9%), мобільні застосунки (14,7%) і маркетплейси (12,2%), набагато перевищуючи середні значення (рис. 1) [11].

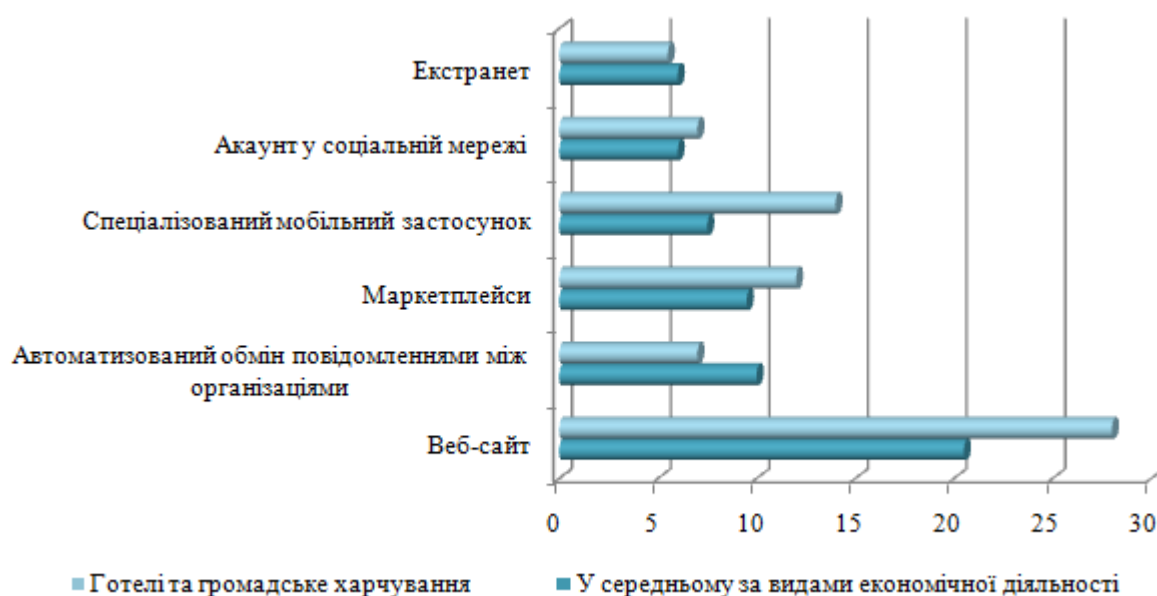


Рис. 1. Використання каналів електронних продажів на підприємствах України в 2023 р., % від загальної кількості підприємств
Складено авторами за даними [11]

Цифрові технології, надаючи доступ до необхідної та актуальної інформації, зробили доступнішим вибір як пропозиції на будь-який бюджет поїздки (транспорт, готелі, оператори тощо), так і вигідних рішень комфортно й цікаво провести відпочинок (маршрути, екскурсійні програми, синхронізація дій тощо). В Україні також спостерігається «серйозне зростання користувачів сервісів планування подорожей», і за даними 2023 р. «майже 60% вітчизняних мандрівників хочуть самі організувати свою відпустку» [7, с. 253-267].

Цифрові сервіси в туризмі створюють можливість обирати умови для відпочинку, забезпечують зв'язок, логістику та зручності, як під час планування подорожі, так і на шляху проходження туристів. Вони є затребуваними у сфері туризму та гостинності, про що свідчить щорічний приріст звернень споживачів

туристських і супутніх послуг» В українській і світовій практиці існує безліч популярних і зручних сервісів, які допомагають туристам організувати власні подорожі та відпочинок (рис. 2).

Сайти можна вважати найпоширенішим інтернет-джерелом і важливим сервісом, який містить інформацію про конкретний об'єкт, згруповану за певними параметрами. Туристичні сайти окрім опису, також можуть містити карти для формування маршрутів прямування до конкретного об'єкта та вказівник/прогноз погоди на різні періоди. Додаткова корисність такого сервісу - це можливість ознайомитися з розміщеними відгуками туристів.

Туристичні портали, на думку дослідників, є «одним із найпопулярніших цифрових сервісів у туризмі», що представлені в цифровому середовищі як «офіційні туристські портали регіонів, окремих міст або визначних пам'яток» [4, с. 93–98]. На порталах розміщується інформація щодо певних подій і місць, цікавих для відвідувань чи подорожей, широкий вибір готових маршрутів та інфраструктурного супроводу.



Рис. 2. Цифрові сервіси в туризмі за типами
Джерело: складено авторами за [3, с. 232-234]

На сайтах-агрегаторах формується онлайн доступ до вибору та купівлі необхідних для туриста конкретних послуг, а також інших додаткових корисних/супутніх послуг. Так, під час вибору квитків на транспорт для бронювання та/або купівлі, можна одразу ознайомитися з пропозицією послуг із розміщення в пунктах прибуття, доповненнями щодо трансферу, харчування, дозвілля.

Туристські маркетплейси будь-якого рівня (національного чи регіонального) не лише містять цікаву та корисну для туристів інформацію, а й можливість купувати різноманітні турпродукти, інші послуги та товари. Дослідники висловлюють думку про необхідність «розширення мережі туристських маркетплейсів» [9].

Класифайди, як цифрові платформи та інтернет-майданчики інформації з продажу конкретних товарів/послуг, поширені з пропозицією за багатьма видами

туризму. А з урахуванням сезонного попиту за певними видами туризму на таких платформах активізуються продажі не лише нових, а й повторних у використанні товарів. І є думки дослідників про те, що «індустрія туризму та гостинності, не просто приймає принципи шеринг-економіки, а сприяє їхньому широкому поширенню та розвитку» [5].

Мобільні та мультимедійні застосунки використовуються для швидкого доступу до можливостей вбудованих сервісів. Переваги використання для туристів очевидні - встановлення на мобільних пристроях, які можна постійно носити з собою і користуватися в потрібних обставинах. Особливо затребуваними є картографічні сервіси, геоінформаційні системи, гід-довідники, путівники, перекладачі, аудіо-гід тощо, які супроводжують і забезпечують впевнене переміщення туристів на маршрутах.

Цифрові сервіси застосовують технології візуалізації, технологій віртуальної та доповненої реальності для приваблення користувачів і надання характеристик туристської пропозиції. Важливою умовою використання цифрових сервісів, на думку дослідників, є формування довіри користувачів, а саме: «достатня технічна оснащеність сервісу, впевненість користувачів у коректному використанні онлайн-сервісом персональної інформації, переконаність в особистій безпеці під час використання такого сервісу» [8, с. 126-130].

Групування найбільш затребуваних сервісів за сферами застосування в туризмі наведено в таблиці 1.

Зазначені цифрові туристичні сервіси є корисними та використовуються для отримання таких переваг:

1) економічних, у масштабах економії коштів від отримання вигідного вибору необхідних послуг і товарів, а також ресурсів, наприклад, часових, під час формування рішення та використання підібраної інформації;

2) соціальних, у процесах підвищення поінформованості туристів, обміна враженнями; адже що більше туристів користуватиметься цифровими сервісами, то більше відгуків можна отримати й більшою мірою вдасться забезпечити туристів обраними ними зручностями на відпочинку.

Такі та інші прояви від цифрових сервісів загалом дають синергетичний ефект, як для розвитку сфери туризму, так і економіки країни, її регіонів.

Таблиця 1 - Цифрові сервіси в туризмі за сферами застосування

Сфери застосування	Завдання, що вирішуються	Найбільш затребувані сервіси
Сервіси для підбору транспорту	Пошук прийнятних видів транспорту для подорожей	Сервіси придбання квитків Сервіси для прокату автомобілів
Дорожні сервіси	Забезпечення навігаційного супроводу на шляху прямування туристів	Сервіси навігації
Сервіси для планування маршрутів	Складання регіональних і міжрегіональних маршрутів. Визначення доступності об'єктів показу	Сервіси для вибору та бронювання екскурсій
Сервіси для пошуку засобів розміщення	Пошук прийнятних видів розміщення для відпочинку в подорожі	Сервіси резервування засобів розміщення Сервіси самообслуговування
Сервіси для підбору розваг	Формування програми відпочинку	Сервіси аудіо- та відеогідів

Джерело: складено авторами за [2]

З питань перспектив розвитку туризму та застосування цифрових сервісів науковці та дослідники солідарні в думці про необхідність формування галузевої екосистеми, що об'єднує сервіси забезпечення просування туристського продукту; використання апробованих варіантів, де усередині екосистеми міститься безліч мінізастосунків (соціальна мережа, месенджер, обмін фото та відео, платіжний сервіс, транспортні послуги, маркетплейси, новинні портали тощо); і з пропозицією створювати екосистему туризму та гостинності «на принципах державно-приватного партнерства» [2].

Уявлення перспективного застосування цифрових сервісів у туризмі відображено на рис. 3.



Рис. 3. Перспективи застосування цифрових сервісів у туризмі
Джерело: складено авторами

Окреслені перспективи цифрових сервісів у туризмі пов'язані з подальшим впровадженням наскрізних технологій і вдосконаленням процесів обслуговування. Платформне міжгалузеве об'єднання сервісів дасть змогу надавати туристам онлайн на єдиних платформах багатопланову інформацію для планування та реалізації подорожей, технології Big Data розширюватимуть можливості інклюзивного обслуговування, стратегії штучного інтелекту забезпечуватимуть підбір оптимальних варіантів за вподобаннями туристів, алгоритми цифрового сліду підтримуватимуть індивідуальну поведінку та вподобання у відпочинку.

Отже, як бачимо, на сьогодні в туризмі, як і в багатьох галузях економіки, відбувається активне впровадження цифрових технологій і широке поширення цифрових сервісів. Водночас в туризмі виникають і нові можливості, пов'язані з мінливими уподобаннями й попитом туристів, новими моделями реалізації туристичних послуг, що сприяє подальшому розвитку галузевого ринку. Цифрові сервіси забезпечують зручності та вигоди для подорожуючих в організації та реалізації поїздок, дають змогу підвищити інтерес до можливостей відпочинку на різних територіях і пізнавального дозвілля, тим самим сприяють розвитку внутрішніх напрямів для туристичної індустрії. Перспективи цифрових сервісів у туристичній галузі визначаються подальшим впровадженням наскрізних технологій і вдосконаленням процесів обслуговування туристів.

Як напрям для розвитку дослідження авторами визначено економічне регулювання впровадження інноваційних технологій у туризмі при переході до цифрової інфраструктури.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА:

1. Гапоненко Г. І., Євтушенко О. В., Шамара І. М., Василенко В. Ю. Цифровізація як нова парадигма управління розвитком туризму України в післявоєнний період. *Бізнес Інформ*. 2022. №10. С. 114–125. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-10-114-125>
2. Головчук Ю. О., Худоба О. М., Боднар Р. О. Діджиталізація у сучасній індустрії туризму та гостинності: проблеми і перспективні напрями. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія економіка та управління. Електронне видання*. 2023. № 8. DOI: 10.54929/2786-5738-2023-8-12-03
3. Ільницька-Гикавчук Г. Я. Роль цифрових платформ в зростанні туристичного бізнесу. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 6, Том. 1. С. 232-234. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2021-300-6-36>
4. Кожухівська Р. Б. Digital-технології як основа розвитку туристичної діяльності в Україні. *Економіка та держава*. 2020. № 7. С. 93–98. DOI: 10.32702/2306-6806.2020.7.93
5. Марусей Т. В. Діджиталізація туристичного сектору як інструмент розвитку в сучасних умовах. *Ефективна економіка : електронне наукове фахове видання*. 2020. № 8. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.8.73
6. Островська Г. Й. Шерстюк Р. П., Кузь Т. І. Туризм на теренах Тернопільщини: сучасний стан та перспективи розвитку. *Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки. Кропивницький: ЦНТУ*. 2022. Вип. 8(41). С. 139-147. DOI: [https://doi.org/10.32515/2663-1636.2022.8\(41\).139-147](https://doi.org/10.32515/2663-1636.2022.8(41).139-147)
7. Паньків Н., Гуменяк В. Діджиталізація туристичних маршрутів в Україні: сучасний стан та тенденції розвитку. *Development Service Industry Management*. 2024. № 1. С. 253–267. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5\(37\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5(37))
8. Токаренко О. І., Черемісіна Т. В., Бабіна Н. І. Цифрові технології у міжнародному туризмі та готельній індустрії. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип.44. С. 126–130. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastructure44-21>
9. Цвілий С. М., Бублей Г. А. Діджиталізація бізнес-процесів компаній з надання міжнародних туристичних послуг. *International relations, part "Economic sciences. Електронне видання*. 2019. Вип. 1(20). URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3765
10. Шевелюк М. М. Цифровізація у сфері туризму: інноваційні тренди і пріоритетні напрями розвитку. *Питання культурології*. 2021. Вип. 38. С. 226-235. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.38.2021.245956>
11. Europe Online Travel Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2024-2029). Mordor Intelligence. URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/online-travel-market-in-europe>
12. Megatrends shaping the future of tourism. Organization for Economic Cooperation and Development (OECD). URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/urban-rural-and-regional-development/oecd-tourism-trends-and-policies>

ЗМІСТ

Охорона культурної спадщини як невід'ємний елемент сталого розвитку територій

1.	Багнюк Назар, Оболончик Оріся «Музеєфікація як стратегія збереження культурної спадщини: досвід Кременецько-Почаївського заповідника»	5
2.	Бартошак Валентина, Фурка Лариса «Подорож без бар'єрів: сучасні виклики в туризмі»	10
3.	Буйновська Єлизавета, Позняков Денис «Перспективи використання іконографічних джерел, як інструмента вивчення історичних пам'яток ДІАЗ «Хотинська фортеця»	16
4.	Гаврилюк Світлана «Пам'ятки історії у Волинській області: збереження та актуалізація»	23
5.	Ганусевич Наталія «Дослідження та інтерпретація сакральної спадщини у туристичному середовищі: костел св. Антонія у Збаражі»	30
6.	Гедін Максим «Проблеми збереження музейної спадщини України в умовах війни»	35
7.	Голуб Анжеліка «Національний заповідник «Глухів»: історія відкриття, структурні компоненти, завдання, проблеми»	43
8.	Гринечко Дмитро, Островська Галина, Владимир Ольга «Підвищення екологічної безпеки та інклюзивний екологічний розвиток у туристичному секторі»	48
9.	Гулько Петро «Музеї науки і техніки у культурному туризмі»	55
10.	Думська Тетяна, Кобаса Галина «Комплекс монастиря сестер феліціанок у м. Збараж В соціокультурному просторі сьогодення»	58
11.	Капуста Андрій «Маєток Лянцкоронських в Струсові – палацово-парковий комплекс поч. XIX ст. Проблеми збереження та музеєфікації»	63
12.	Ковальчук Надія «Сучасні технології як складова музейної експозиції Бережанського замку»	74
13.	Кононьчук Юлія «Розвиток екскурсійної діяльності як чинник збереження історико-культурної спадщини: досвід Кременецько-Почаївського ДІАЗу (на прикладі роботи туристично-інформаційного відділу)»	79

14.	Кривчук Віта «Голодомор як фактор збереження національної пам'яті у творчості Олени Звичайної: «Миргородський ярмарок» – літопис трагедії»	83
15.	Лугова Олена « Культурно-туристичні маршрути Державного історико-архітектурного заповідника у м. Бережани»	89
16.	Мазуранчик Зоряна «Національний заповідник «Замки Тернопілля» як осередок культурної комунікації: експозиційний аспект»	92
17.	Мартинюк Ольга «Використання інноваційних технологій в роботі краєзнавчого музею «Центр національного та культурного відродження «Просвіта» при ВСП «ТФК ТНТУ»»	95
18.	Мельничук Олег «Крилоське городище – ядро літописного столітнього міста Галич як пам'ятка археології національного значення»	97
19.	Надольська Валентина «Діяльність Europa Nostra з популяризації та захисту культурної спадщини Європи»	107
20.	Островська Галина, Островський Олег «Цифрові сервіси в туризмі: застосування та перспективи »	114
21.	Петрович Валентина «Фактори впливу на ефективність комунікативного процесу в туристичній галузі»	120
22.	Рудакевич Іван, Гавришок Богдан «Римо-католицькі костели Кременецького району, проблеми їх збереження та використання»	125
23.	Смоляк Юлія «Перспективи розвитку Скалатського замку як об'єкта культурного туризму: європейський досвід, інноваційні технології та роль територіальних громад»	129
24.	Станкевич Ольга «Грантовий проєкт від УКФ «Цифрова колекція сакральної дерев'яної скульптури XVIII – XIX ст. з фондів Національного заповідника «Замки Тернопілля» як елемент підсилення туристичної привабливості замку м. Збараж»	137
25.	Якимчук Тарас «Моніторинг пам'яток археології на Тернопільщині в 2024 році»	140
26.	Matsuka Viktoriia, Horbashevskia Maryna «Preservation of cultural heritage: global challenges and international experience»	145

УДК-929
ББК-83-3(4Укр.)

**Міністерство культури та стратегічних комунікацій України
Національний заповідник «Замки Тернопілля»**

Наукове видання

Збараж 2025

Національний заповідник «Замки Тернопілля»
вул. Б. Хмельницького 6, м. Збараж Тернопільська обл. 47302
тел. (03550) 2 47 02
e-mail: zapovidnik_zbarazh@ukr.net
Офіційний сайт: <https://zamky.te.ua/>

Макет та верстка:
Тетяна Думська, Зоряна Мазуранчик

Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за підбір і достовірність наведених фактів, цитат, власних імен, назв і стилістику тексту.

Н

З