

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-84-24>

УДК 004:338.48-6:641/642

СУЧАСНІ ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ: ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМИ, МОБІЛЬНІ ЗАСТОСУНКИ ТА ЇХ РОЛЬ У РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

MODERN DIGITAL TECHNOLOGIES IN TOURISM: ONLINE PLATFORMS, MOBILE APPLICATIONS AND THEIR ROLE IN THE DEVELOPMENT OF GASTRONOMIC TOURISM

Никига Оксана Василівна

доктор філософії (туризм), доцент,
Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3492-7475>

Грибовська Ірина Борисівна

кандидат наук з фізичного виховання та спорту, професор,
Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0317-2153>

Журило Максим Андрійович

аспірант,
Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-3063-769X>

Nykyha Oksana, Hrybovska Iryna, Zhurylo Maksym
Ivan Bobersky Lviv State University of Physical Culture

У статті розглянуто сучасні тенденції цифрової трансформації туристичної сфери, зокрема впровадження онлайн-платформ і мобільних застосунків. Визначено роль цифрових технологій у підвищенні ефективності управління туристичними підприємствами, розвитку персоналізованих послуг, зокрема у сфері гастрономічного туризму, та забезпеченні сталого розвитку галузі. Проаналізовано вплив штучного інтелекту, великих даних, роботизації бізнес-процесів і технологій доповненої реальності на оптимізацію туристичного досвіду. Окреслено проблеми цифрової безпеки, підготовки кадрів і необхідність державно-приватного партнерства для розвитку інноваційного туризму в Україні. Зазначено важливість підвищення цифрової грамотності працівників туристичної сфери та створення інфраструктури відкритих даних. Наголошено на значенні мобільних застосунків як інструменту підвищення конкурентоспроможності підприємств. Зроблено висновок, що цифровізація є ключовим фактором відновлення й зростання туристичної галузі.

Ключові слова: цифрові технології, онлайн-платформи, мобільні застосунки, гастрономічний туризм, персоналізація туристичного досвіду, системи онлайн-бронювання, цифрові екосистеми, інноваційний туризм.

The article examines the current trends in the digital transformation of the tourism sector, with particular attention to the implementation of online platforms and mobile applications as key tools for the development of modern tourism services. Digital technologies are increasingly shaping the structure and functioning of the tourism market, influencing the processes of travel planning, service booking, communication with clients, and management of tourism enterprises. The study identifies the role of digital technologies in improving the efficiency of tourism enterprise management, expanding opportunities for marketing activities, and developing personalized tourist services. Special attention is paid to the impact of innovative technologies such as artificial intelligence, big data analytics, robotization of business processes, and augmented and virtual reality technologies on optimizing the tourist experience and improving service quality. The research also highlights the growing importance of mobile applications as an effective



instrument for increasing the competitiveness of tourism enterprises. Mobile technologies enable companies to provide personalized recommendations, interactive travel guides, and location-based services that significantly enhance the overall tourist experience. In addition, the article analyzes the role of digital tools in the development of gastronomic tourism, which combines cultural heritage, local traditions, and innovative approaches to the creation of tourism products. Online platforms and mobile applications facilitate the promotion of local gastronomic destinations, support small producers and restaurants, and allow tourists to easily access information about culinary routes, events, and services. Furthermore, the study outlines several challenges associated with the digital transformation of the tourism industry. These challenges include issues of digital security and personal data protection, unequal access to technological infrastructure across regions, and insufficient digital competencies among tourism professionals. The importance of strengthening public-private partnerships to support innovation and develop a sustainable digital tourism ecosystem in Ukraine is emphasized. Particular attention is paid to the need for improving digital literacy among tourism sector employees and creating open data infrastructures that would enhance transparency, cooperation, and data-driven decision-making within the industry. The article concludes that digitalization is a key driver of recovery, modernization, and long-term growth of the tourism sector. The integration of advanced digital technologies, the development of integrated tourism platforms, and the creation of a unified digital ecosystem will contribute to increasing the competitiveness of tourism enterprises, improving the quality of tourist services, and strengthening the international attractiveness of tourist destinations.

Keywords: online platforms, mobile applications, gastronomic tourism, personalized tourist experience, online booking systems, digital ecosystems, innovative tourism.

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток інформаційних технологій та зростання ролі цифрового середовища у всіх сферах суспільного життя суттєво трансформують туристичну індустрію. Онлайн-платформи та мобільні застосунки стають ключовими інструментами взаємодії між туристами, операторами та постачальниками послуг, змінюючи підходи до планування подорожей, бронювання, комунікації та обслуговування клієнтів. Водночас, попри активну цифровізацію галузі, залишається низка проблем, пов'язаних із фрагментарністю впровадження інновацій, відсутністю єдиних стандартів якості онлайн-сервісів, питаннями кібербезпеки та нерівномірним доступом користувачів до технологічних можливостей. Це зумовлює необхідність комплексного аналізу сучасних тенденцій розвитку онлайн-платформ і мобільних додатків у туризмі для визначення їхнього впливу на конкурентоспроможність і стійкість туристичних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

У сучасних умовах цифровізації проблематика розвитку та впровадження онлайн-платформ і мобільних додатків у туризмі набуває дедалі більшого наукового та практичного значення, оскільки саме ці інструменти визначають рівень конкурентоспроможності туристичних підприємств. Зокрема, М. Грабар та М. Кашка [2] у своїх дослідженнях розглядають історичні етапи розвитку мобільних додатків і визначають їхній вплив на формування нових бізнес-моделей у туристичній галузі. Автори зазначають, що з появою платформ App Store і Google Play мобільні технології стали ключовим чинником цифровізації туризму, забез-

печуючи зручність, персоналізацію та інтерактивність туристичних послуг. Д. Тюріна [6] обґрунтовує, що мобільні додатки є ключовим елементом цифрової трансформації туризму, оскільки забезпечують зручність, інтерактивність, персоналізацію та доступність туристичних послуг. С. Петренко [5] дослідив рівень інформаційного розвитку підприємств у сфері туризму, проаналізував використання вебсайтів і мобільних сервісів як інструментів підвищення ефективності діяльності туристичних компаній, в іншій своїй праці автор [6] обґрунтував роль інформаційних технологій у сучасній практиці управління туристичними підприємствами, звертаючи увагу на їхній вплив на конкурентоспроможність та інноваційний розвиток галузі. Зарубіжні науковці Dias S., Alves Afonso V. [8] проаналізували, як мобільні додатки змінюють туристичний досвід: вплив на поведінку нових туристів, емоційний компонент, безпеку, соціальну взаємодію з використанням мобільних технологій. Попри значний науковий інтерес до проблематики цифровізації, питання інтеграції онлайн-платформ у систему управління туристичними послугами потребує подальшого теоретичного узагальнення та практичного осмислення.

Постановка завдання. Метою статті є визначення сучасних тенденцій розвитку цифрових технологій у туризмі та обґрунтування їхньої ролі у формуванні й розвитку гастрономічного туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний етап розвитку туристичної індустрії характеризується активним впровадженням цифрових технологій, які карди-

нально змінюють механізми функціонування ринку туристичних послуг. Онлайн-платформи та мобільні застосунки стають не лише інструментами комунікації між учасниками ринку, а й ключовими чинниками підвищення ефективності управління, персоналізації туристичного досвіду та формування конкурентних переваг. У цьому контексті особливого значення набуває аналіз тенденцій цифровізації туризму, оцінка інноваційних підходів до організації сервісу та визначення їхнього впливу на динаміку розвитку туристичних підприємств у глобальному та національному масштабах.

Цифрові технології трансформують туристичну галузь, змінюючи планування, бронювання та організацію подорожей. Використання хмарних сервісів, CRM, штучного інтелекту та аналітики великих даних підвищує ефективність управління та якість обслуговування. AR/VR-технології створюють інтерактивні туристичні продукти, а цифрові карти й навігаційні сервіси покращують орієнтацію мандрівників, закладаючи фундамент інноваційного розвитку індустрії.

Вплив інформаційних технологій на розвиток туризму важко переоцінити. Він пов'язаний з підвищенням ефективності роботи як кожного туроператора окремо, так і усього туристичного бізнесу в цілому [3]. Роль цифрових технологій має позитивний вплив на оптимізацію діяльності обліку та аудиту, зокрема допомагає в розрахункових операціях, роботі фінансово-економічних підрозділів підприємств сфери туризму та бізнес-партнерів. Інформаційні технології є визначальними факторами для підприємств сфери туризму в будь-якому конкурентному середовищі та сприяють активізації обмінів між різними секторами економіки [5].

Онлайн-сервіси у туризмі включають системи бронювання (Booking.com, Airbnb, Expedia), інформаційно-довідкові портали (TripAdvisor, Lonely Planet), мобільні гідів й навігаційні додатки (Google Maps, Maps.me) та інтегровані цифрові екосистеми, що об'єднують транспорт, проживання та інші сервіси.

Усі ці інструменти формують нову цифрову архітектуру туризму, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності галузі та задоволенню індивідуальних потреб споживачів.

У сучасному туристичному бізнесі онлайн-платформи виступають ключовими елементами цифрової екосистеми, що формують нову модель взаємодії між туристичними підприємствами та споживачами послуг. Їхне

швидке поширення зумовлене зростанням мобільності користувачів, доступністю інтернету та постійним удосконаленням цифрових технологій.

Глобальні та регіональні тенденції використання цифрових сервісів характеризуються активною діджиталізацією операційних процесів, автоматизацією бронювання, оплат і управління відгуками клієнтів. У країнах ЄС спостерігається посилення ролі інтегрованих туристичних платформ, що поєднують транспортні, готельні та культурні сервіси в єдиному цифровому просторі. В Україні ці тенденції поступово адаптуються, зокрема через розвиток мобільних застосунків для внутрішнього туризму, впровадження локальних платформ для онлайн-бронювання та створення електронних туристичних карт регіонів.

Інтеграція штучного інтелекту, великих даних (Big Data) та аналітики користувацької поведінки відкриває нові можливості для персоналізації туристичних послуг. Завдяки алгоритмам машинного навчання платформи здатні аналізувати запити клієнтів, передбачати їхні вподобання та пропонувати індивідуальні маршрути чи пакети послуг. Використання Big Data сприяє стратегічному плануванню маркетингової діяльності туристичних компаній, оптимізації цінової політики та підвищенню ефективності управлінських рішень.

Важливою тенденцією є зростання ролі соціальних медіа, маркетплейсів і цифрових екосистем, таких як Booking.com, Airbnb, TripAdvisor тощо. Вони не лише виступають посередниками між туристами й постачальниками послуг, а й формують середовище довіри, де користувачі обмінюються відгуками, рекомендаціями та досвідом. Ці платформи перетворилися на потужні маркетингові інструменти, що впливають на вибір споживачів і сприяють формуванню репутації туристичних підприємств у глобальному цифровому просторі.

Таким чином, сучасні тенденції розвитку онлайн-платформ у туризмі засвідчують перехід галузі до нової парадигми інтелектуального, персоналізованого та інтерактивного туризму, де ключову роль відіграють технології обробки даних, автоматизація процесів і активна участь користувачів у створенні туристичного досвіду.

У сучасних умовах цифровізації економіки мобільні застосунки стають одним із ключових інструментів підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств. Вони забезпе-

чують ефективну комунікацію між компанією та клієнтом, дозволяючи адаптувати пропозиції до індивідуальних потреб користувачів та створювати унікальний туристичний досвід.

Однією з ключових функцій мобільних застосунків є персоналізація послуг. Завдяки аналізу даних, геолокації та історії бронювань компанії створюють індивідуальні рекомендації, маршрути й спеціальні пропозиції, що підвищує задоволеність клієнтів і довіру до бренду. Наприклад, Booking.com та TripAdvisor застосовують алгоритми штучного інтелекту для добору варіантів розміщення й активностей. Такі технології активно впроваджують і українські туроператори для покращення сервісу та зміцнення конкурентних позицій.

Інтеграція мобільних застосунків у діяльність туристичних підприємств забезпечує низку ключових переваг, серед яких автоматизація процесів, підвищення лояльності клієнтів і швидкий доступ до послуг. Автоматизація операцій від бронювання до обліку платежів дозволяє зменшити витрати часу та людських ресурсів, підвищити точність обробки даних і оптимізувати управлінські рішення. Одночасно мобільні додатки сприяють формуванню клієнтської лояльності, забезпечуючи зручний і постійний канал комунікації з користувачем, доступ до бонусних програм, спеціальних пропозицій і персоналізованого сервісу. Крім того, можливість швидкого доступу до туристичних послуг «в один клік» відповідає очікуванням сучасного споживача, підвищує рівень його задоволеності та сприяє зміцненню конкурентних позицій підприємства в умовах динамічного ринкового середовища.

Як зазначає Д. Тюріна, мобільні додатки є потужним інструментом оптимізації туристичного досвіду, забезпечуючи доступність, персоналізацію, економію ресурсів і підвищення безпеки подорожей [7]. Можна стверджувати, що мобільні застосунки виступають стратегічним ресурсом у системі управління туристичними підприємствами, сприяючи їхній цифровій трансформації, персоналізації клієнтського досвіду та сталому розвитку галузі загалом.

Гастрономічний туризм є одним із найбільш динамічних сегментів сучасної туристичної індустрії, що поєднує культурну спадщину, локальні традиції та інноваційні підходи до формування туристичного продукту. У контексті цифрової трансформації економіки саме цифрові технології виступають ключовим чинником популяризації гастрономічних дестина-

цій, просування локальних брендів і формування унікального туристичного досвіду.

Дослідження іноземних науковців свідчать, що мобільні застосунки та цифрові платформи значно полегшують доступ туристів до сервісів гастрономічного туризму, включно з пошуком ресторанів, бронюванням столиків, переглядом оглядів і плануванням гастрономічних маршрутів, що сприяє підвищенню рівня персоналізації та задоволеності мандрівників [9].

Онлайн-платформи та мобільні застосунки відіграють важливу роль у просуванні гастрономічних продуктів і послуг. Платформи бронювання ресторанів, гастрономічних турів і дегустаційних програм (TripAdvisor, Airbnb Experiences тощо) забезпечують споживачам швидкий доступ до інформації, можливість порівняння пропозицій і здійснення онлайн-оплати. Це підвищує прозорість ринку та сприяє зростанню довіри з боку туристів. Водночас цифрові сервіси дозволяють малим локальним виробникам, фермерським господарствам і крафтовим підприємствам інтегруватися у глобальні туристичні ланцюги доданої вартості.

Нові технології відкривають нові можливості, спрощують процеси організації гастрономічного туризму та покращують якість його управління. Зокрема, це проявляється у створенні мобільних додатків, QR-меню та служб доставки [4].

Значний вплив на розвиток гастрономічного туризму мають соціальні медіа та цифрові маркетингові інструменти. Платформи Instagram, TikTok, YouTube виступають потужними каналами популяризації національної кухні, локальних гастробрендів і регіональних кулінарних традицій. Візуальний контент, відгуки блогерів і користувачів формують цифрову репутацію гастрономічних дестинацій та стимулюють попит на туристичні продукти.

Інноваційним напрямом є застосування технологій доповненої та віртуальної реальності (AR/VR) у гастрономічному туризмі. Віртуальні тури виноробнями, інтерактивні екскурсії на фермерські господарства, цифрові дегустації та інтерактивні меню дозволяють розширити межі традиційного туристичного досвіду.

Для України цифровізація гастрономічного туризму відкриває значні перспективи розвитку регіональних економік. Використання онлайн-платформ сприяє просуванню локальних гастрономічних маршрутів, популяризації автентичної кухні та формуванню

позитивного міжнародного іміджу країни. Створення єдиних цифрових реєстрів гастрономічних подій, фестивалів і виробників може стати важливим елементом національної туристичної екосистеми.

Варто відзначити, що цифрові технології не лише трансформують механізми організації гастрономічного туризму, а й формують нову модель взаємодії між туристами, бізнесом і територіальними громадами. Їх інтеграція у сферу гостротуризму сприяє підвищенню конкурентоспроможності дестинацій, розвитку малого та середнього бізнесу й забезпеченню сталого розвитку туристичної галузі.

У своїх дослідженнях А. Аврята зазначає, що використання цифрових технологій вимагає від держави впровадження інноваційних підходів, зокрема через об'єднання державних і приватних технологічних компаній для розвитку сфери туризму. Як показує світовий досвід, партнерство державного та приватного секторів, використовуючи безпрецедентні обсяги цифрових даних, спрямоване на аналіз сучасного туристичного ринку, а також на розроблення заходів, що забезпечують ефективне реагування на запити сучасних споживачів. Результати аналізу основних технологічних тенденцій у туристичній сфері економіки, з одного боку, та орієнтація на технологічні пакети 4.0 і мегатренди майбутнього туризму, з іншого, дали змогу визначити підходи до створення інноваційних туристичних продуктів, так званих smart-турпродуктів. Це один із перспективних напрямів інноваційного розвитку туристичної індустрії, спрямований на вирішення не лише економічних завдань, викликаних поточною кризою вимушеного зниження споживання, а й на нівелювання соціальних та екологічних проблем у регіонах розумного відтворення [1].

Цифровізація туристичної галузі супроводжується викликами, що уповільнюють інтеграцію технологій: кібербезпека та захист персональних даних, цифрова нерівність між регіонами та нестача цифрових компетентностей у персоналу. Подолання цих проблем потребує розвитку інфраструктури, підвищення безпеки та навчання кадрів, що сприяє сталому розвитку та підвищенню конкурентоспроможності галузі.

Отже, подолання зазначених проблем вимагає комплексної стратегії, що включає розвиток цифрової інфраструктури, підвищення інформаційної безпеки та впровадження програм професійної освіти для працівників галузі. Лише за таких умов цифро-

візація туристичного сектору сприятиме його сталому розвитку на міжнародному ринку.

Сучасний етап розвитку туристичної галузі характеризується активним упровадженням інноваційних цифрових технологій, які відкривають нові можливості для підвищення якості туристичних послуг, покращення клієнтського досвіду та оптимізації управлінських процесів. Одним із ключових напрямів цифрової еволюції є розвиток технологій доповненої та віртуальної реальності (AR/VR). Такі рішення дозволяють користувачам здійснювати віртуальні тури пам'ятками світу, знайомитися з інфраструктурою готелів, музеїв чи національних парків ще до моменту подорожі. AR-технології, інтегровані в мобільні застосунки, можуть надавати додаткову інформацію про туристичні об'єкти в реальному часі, що підсилює емоційне сприйняття подорожі й підвищує цінність туристичного досвіду. У поєднанні з інтелектуальними системами рекомендацій ці технології формують новий рівень взаємодії між туристом і дестинацією.

Перспективним напрямом є формування єдиної цифрової екосистеми туризму як в Україні, так і у світі. Така екосистема має об'єднувати державні та приватні платформи, мобільні сервіси, системи бронювання, аналітичні інструменти та інформаційні ресурси в єдину інтегровану мережу. Її впровадження сприятиме спрощенню взаємодії між усіма учасниками ринку, а саме: туристами, операторами, готельєрами, транспортними компаніями та державними органами. В Україні створення подібної системи може стати ключовим чинником цифрової трансформації галузі, підвищити її прозорість, інноваційність і конкурентоспроможність на міжнародному рівні.

Отже, перспективи розвитку онлайн-платформ і мобільних застосунків у туризмі визначаються інтеграцією новітніх технологій, орієнтацією на екологічну сталість і побудовою єдиної цифрової інфраструктури. Це створює підґрунтя для переходу туристичної галузі до нового етапу розвитку, який є цифровим, інноваційним та орієнтованим на клієнта.

Висновки. Проведене дослідження показало, що цифровізація є важливим чинником трансформації сучасної туристичної галузі та підвищення її конкурентоспроможності. Активне впровадження онлайн-платформ і мобільних застосунків змінює традиційні підходи до організації туристичних послуг, формуючи нові моделі взаємодії між туристами, підприємствами та постачальниками послуг. Використання цифрових технологій сприяє

автоматизації бізнес-процесів, оптимізації управління та підвищенню ефективності маркетингових комунікацій, а також забезпечує персоналізацію туристичного досвіду. Завдяки застосуванню штучного інтелекту, аналітики великих даних і геолокаційних сервісів туристичні підприємства можуть аналізувати потреби споживачів і формувати індивідуальні пропозиції. Особливого значення цифрові технології набувають у розвитку гастрономічного туризму, сприяючи просуванню локальних гастрономічних дестинацій, популяризації національної кухні та інтеграції малих виробників у туристичний ринок. Вод-

ночас цифрова трансформація галузі супроводжується певними викликами, зокрема питаннями кібербезпеки, захисту персональних даних і недостатнього рівня цифрових компетентностей працівників. Подолання цих проблем потребує розвитку цифрової інфраструктури, підвищення цифрової грамотності персоналу та посилення співпраці між державними органами, бізнесом і науковими установами. Ефективне використання цифрових технологій сприятиме підвищенню якості туристичних послуг, розвитку інновацій та зміцненню конкурентоспроможності туристичної галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Аврята А. В. Міжнародні туристичні організації та їх роль у розвитку інформатизації туризму у глобальному середовищі. *Наукові інновації та передові технології*. 2023. № 4 (18). URL: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-4\(18\)-235-247](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-4(18)-235-247). (дата звернення: 15.10.2025).
2. Грабар М. В., Кашка М. Ю. Історія розвитку мобільних додатків та їх взаємозв'язок із туристичною індустрією. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. 2019. Том 1, № 24. С. 9–13. DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4863.1/24.176709>. (дата звернення: 13.10.2025).
3. Князевич А.О., Дяченко Л.А., Крайчук С.О., Демидюк С.М. Інформаційні технології як ключова складова системи комунікативного менеджменту підприємств туристичної галузі. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. 2021. № 9. URL: <http://10.32702/2307-2105-2021.9.4>. (дата звернення: 14.10.2025).
4. Никига О. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в регіоні: монографія. Львів: ЛДУФК, 2024. 176 с.
5. Петренко С. Аналіз інформаційного розвитку підприємств в сфері туризму. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2023. С. 32–42. URL: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.4\(10\).2023.4](https://doi.org/10.32782/2708-4949.4(10).2023.4). (дата звернення: 14.10.2025).
6. Петренко С. Роль інформаційних технологій в практиці управління туристичних підприємств. *Економічний простір*. 2023. № 188. С. 128–136. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/188-22>. (дата звернення: 14.10.2025).
7. Тюріна Д. М. Мобільні додатки як сучасний інструмент інноваційного розвитку в сфері туризму. *Економіка та суспільство*. 2024. № 68. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-91>. (дата звернення: 13.10.2025).
8. Dias S., Alves Afonso V. Impact of Mobile Applications in Changing the Tourist Experience. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*. 2021. Vol. 11, Issue 1, pp. 113-120. URL: DOI: 10.2478/ejthr-2021-0011. (дата звернення: 16.10.2025).
9. Dordai L., Becze A., Roman M. Gastronomic Tourism: Global Trends, Sustainability Challenges, and Research Directions (2010–2025) – A Comprehensive Review. *Gastronomy*. 2026. DOI: <https://doi.org/10.3390/gastronomy4010004>

REFERENCES:

1. Avryata A. V. (2023). Mizhnarodni turystychni orhanizatsiyi ta yikh rol' u rozvytku informatyzatsiyi turyzmu u hlobal'nomu seredovyshchi [International tourism organizations and their role in the development of tourism informatization in the global environment]. *Naukovi innovatsiyi ta peredovi tekhnolohiyi*. № 4 (18). URL: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-4\(18\)-235-247](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-4(18)-235-247). (accessed October 15, 2025).
2. Hrabar M. V., Kashka M. YU. (2019) Istoriya rozvytku mobil'nykh dodatkov ta yikh vzayemozv'yazok iz turystychnoyu industriyeyu [The history of the development of mobile applications and their relationship with the tourism industry]. *Aktual'ni pytannya humanitarnykh nauk: mizhvuziv's'kyy zbirnyk naukovykh prats' molodykh vchenykh Drohobys't'koho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu imeni Ivana Franka*. Tom 1, № 24. pp. 9–13. DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4863.1/24.176709>. (accessed October 15, 2025).

3. Knyazevych A.O., Dyachenko L.A., Kraychuk S.O., Demydyuk S.M. (2021). Informatsiyni tekhnolohiyi yak klyuchova skladova systemy komunikatyvnoho menedzhmentu pidpryyemstv turystychnoyi haluzi [Information technologies as a key component of the communicative management system of tourism industry enterprises]. *Elektronne naukove fakhove vydannya «Efektyvna ekonomika»*. № 9. URL: [http:// 10.32702/2307-2105-2021.9.4](http://10.32702/2307-2105-2021.9.4). (accessed October 14, 2025).
4. Nykyha O. (2024) Innovatsiynny rozvytok hastronomichnoho turyzmu v rehioni: monohrafiya [Innovative development of gastronomic tourism in the region: monograph]. L'viv: LDUFK. 176 p.
5. Petrenko S. (2023). Analiz informatsiynoho rozvytku pidpryyemstv v sferi turyzmu [Analysis of information development of enterprises in the tourism sector]. *Innovatsiyni ta tekhnolohiyi v sferi posluh i kharchuvannya*. P. 32–42. URL: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.4\(10\).2023.4](https://doi.org/10.32782/2708-4949.4(10).2023.4). (accessed October 14, 2025).
6. Petrenko S. (2023). Rol' informatsiynykh tekhnolohiy v praktytsi upravlinnya turystychnykh pidpryyemstv [The role of information technologies in the practice of management of tourist enterprises]. *Ekonomichnyy prostir*. №188. P. 128–136. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/188-22>. (accessed October 14, 2025).
7. Tyurina D. M. (2024). Mobil'ni dodatky yak suchasnyy instrument innovatsiynoho rozvytku v sferi turyzmu [Mobile applications as a modern tool for innovative development in the tourism sector]. *Ekonomika ta suspil'stvo*. № 68. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-91>. (accessed October 13, 2025).
8. Dias S., Alves Afonso V. (2021). Impact of Mobile Applications in Changing the Tourist Experience. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*. Vol. 11, Issue 1, pp. 113-120. URL: DOI: 10.2478/ejthr-2021-0011. (accessed October 16, 2025).
9. Dordai L., Becze A., Roman M. (2026). Gastronomic Tourism: Global Trends, Sustainability Challenges, and Research Directions (2010–2025) – A Comprehensive Review. *Gastronomy*. DOI: <https://doi.org/10.3390/gastronomy4010004>

Дата надходження статті: 03.03.2026

Дата прийняття статті: 19.03.2026

Дата публікації статті: 28.03.2026