



Отримано: 30 серпня 2022 р.

Прорецензовано: 21 вересня 2022 р.

Прийнято до друку: 23 вересня 2022 р.

e-mail: chernehaelena@gmail.com

DOI: 10.25264/2311-5149-2022-26(54)-43-50

Чернега О. М. Трансформація туристичної галузі під час війни в Україні через цифрові технології. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»: науковий журнал. Острог: Вид-во НаУОА, вересень 2022. № 26(54). С. 43–50.

УДК: 338.484.2

JEL-класифікація: F 29

ORCID-ідентифікатор: <https://orcid.org/0000-0003-4638-0398>

**Чернега Олена Михайлівна,**  
аспірантка кафедри туризму та рекреації,  
Державний торговельно-економічний університет

## ТРАНСФОРМАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ПІД ЧАС ВІЙНИ В УКРАЇНІ ЧЕРЕЗ ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ

Туристична галузь – одна з вразливих галузей економіки, яка страждає найивидніше, але і відроджується швидко. Зараз, коли країна у стані війни, галузь частково призупинилась. Але ми розуміємо, що з точки зору психології туриста це можна використати найкраще, тому що очікується бум туристичний після перемоги. А зараз саме відбувається «золота доба» цифровізації туристичної галузі в країні з використанням різних технологій: доповненої реальності, NFT тощо, – яка зараз позитивно впливає на розвиток, не замінюючи її, а трансформуючи.

**Ключові слова:** цифровізація туристичної дестинації, солідарний туризм, віртуалізація музейної спадщини, NFT в туризмі, вплив технологій на репутаційний менеджмент туристичної дестинації.

**Olena Chernega,**  
State University of Trade And Economics,  
Kyiv National University of Trade And Economics

## THE TOURIST INDUSTRY TRANSFORMATION THROUGH DIGITAL TECHNOLOGIES DURING THE WAR IN UKRAINE

The article examines the availability and use of digital tools to improve the reputation management of a tourist destination. Today, the tourism industry is undergoing a transformation in terms of changing the service, its implementation and consumption in connection with the integration of the latest technologies and changes in society's perception of the understanding of travel in modern conditions of rapidly changing economic processes. The concept of «digitalization of a tourist destination» was directly proposed by the author and revealed within the article. The process of changes in the tourism industry in the world, and in particular in Ukraine, is considered in detail, using the example of the availability and use of digital products to influence the formation of the reputation management of a tourist destinations. These include virtual tours, augmented reality, artificial intelligence, gamification, etc. It is noted that the latest products for Ukraine are quests with gamification elements, selfie parks, etc. But NFT technology aimed at virtualization deserves special attention during the war. With the help of virtual and augmented reality technologies, the tourism industry becomes interesting, popular and in demand. Having planned a visit to a location, you can review and get even more inspired and visit or recommend a specific destination, museum, park, etc.; you can explore rarely accessible interior elements; to revive historical facts, events, etc. In the course of research, it was determined that the transformation of the tourism industry during the war directly affects the formation and improvement of the reputation of the tourist destination, and accordingly, the formation of the tourist flow and economic income to the destination after the end of the war. The digital transformation of the industry is now giving birth to new ones, many traditional tourist destinations are experiencing their second birth or new meanings and modern approaches to the visualization and realization of the service within the tourist destination.

**Keywords:** digitization of the tourist destination, solidarity tourism, virtualization of museum heritage, NFT in tourism, the impact of technologies on the reputation management of the tourist destination.

**Постановка проблеми.** Сьогодні за цифровізацією майбутнє, розвиток туристичної галузі за цифровізацією, навіть в умовах війни. Першочергово автор ставить перед собою мету визначити, які саме технології використовуються під час війни та як впливають на загальну трансформацію туристичної дестинації.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Проаналізувавши наукові доробки щодо теоретичного та методологічного базису формування розвитку менеджменту туристичної дестинації, що включає в себе і формування іміджу, і брендингу дестинації, з'ясовано, що відповідним науковим дослідженням присвячено роботи таких зарубіжних та вітчизняних вчених, як Д. Аакер, С. І. Бай, Р. Батлер, Дж. Бернетт, А. І. Головчан, П. Друкер, Ю. Б. Забалдіна, Ф. Котлер, Р. Морріс, Г. Т. П'ятницька, Т. І. Ткаченко та ін. Над окремими дослідженнями про трансформацію держав, що безпосередньо пов'язані з формуванням



цифровізації туристичної галузі, працюють А. Глебова, О. К. Гришук, В. Піменов, М. В. Руденко та ін., зрозуміло, що перелік науковців не великий і наведена тема в процесі досліджень [1, с. 3–5].

**Мета і завдання дослідження:** питання, порушені в статті, стосуються аналізу та визначення різновидів інструментів цифровізації для покращення репутаційного менеджменту національної туристичної дестинації під час війни.

**Постановка завдань.** У ході написання статті поставлені такі завдання:

- визначити цифрові інструменти, що використовуються для трансформації під час війни;
- проаналізувати цифрові інструменти, що впливають на формування репутаційного менеджменту національної туристичної дестинації.

**Виклад основного матеріалу.** Туристична галузь та послуга рухається у напрямку трансформації не тільки на рівні туриста, а й надавачів послуг (тобто це всі учасники туристичного ринку). Галузь стає віртуалізованою, що призведе в майбутньому до змін в кадрових складах та, відповідно, освітньому процесі. Актуальними будуть навички з розуміння базових принципів, технологій цифровізації, поєднання їх з офлайн-площиною, про що свідчать вже ті акценти на технології, що набувають активного значення під час війни в країні.

Тому першочергово автор пропонує визначити поняття «цифровізації туристичної дестинації». Цифровізація туристичної дестинації – це інструмент для покращення репутаційного менеджменту туристичної дестинації з використання новітніх цифрових технологій та методів для ефективного задіяння та взаємодії ресурсів туристичної дестинації з віртуальною площиною з метою оптимізації та налагодження електронно-комунікаційного обміну інформацією з кінцевим споживачем

І, на думку автора, саме цифровізація є рушійною силою в туризмі, не тільки з урахування ситуації на рівні України, але і всіх туристичних дестинацій, для яких впровадження цифрових технологій є звичним явищем і використовуються все частіше. Розглянемо на конкретних прикладах цифровізацію туризму в Україні в період російсько-української війни, починаючи з лютого 2022 р.

В цей період країна закрита для світу, не має сполучення, але перевага інформаційного поля, що воно в доступності для кожного. І що відбувається на емоційному всплеску в країні, кожен патріотично налаштований мешканець починає з базових підходів цифровізації – виготовляти контент про оточуючий світ та поширювати його серед своєї аудиторії. Цей процес набирає обертів, знімаючи матеріал, фіксуючи кожен локацію, геопозицію, відбувається психологічне провокування аудиторії спостерігати за подіями і локаціями. Це один із найпотужніших методик в маркетингу та рекламі – посадити споживача на інформаційний гачок. Споживач для нас у цьому випадку – це турист за своїм екраном, за планшетом чи гаджетом. Виходить таким чином, що він дізнається про країну, культуру, цінності, події, географічні локації тощо.

У зв'язку з цим автор приходять до висновку, що потрібно розглянути таке поняття як «солідарність» чи «співчуття», яке породжує нову філософію мандрів – солідарний чи з метою співчуття. У науковому полі обґрунтування поняття солідарного туризму розглядається як користування послугами виключно регіональної спрямованості, тобто розміщення у місцевих надавачів послуг, харчування в сімейних ресторанах та користування послугами тільки у місцевих з метою підтримки виключно регіональної локації, на якій перебуває туризм. Виходячи з цього, автор пропонує глибше розглядати це поняття та вдосконалити у контексті згадування про Україну як туристичну дестинацію. Солідарний туризм – це подорож або планування подорожі саме з метою співчуття та підтримки. І саме на розвиток цього концепту туризму впливають цифрові інструменти, які дозволяють отримувати актуальну інформацію з нових туристичних магнітів військової тематики і виникнення емоції «співчуття». Вже за період 4 місяців до таких міст, як Буча, Ірпінь, Чернігів, Гостомель, прибули журналісти, дипломати, внутрішні туристи саме з метою ознайомлення та співчуття.

Досліджуючи питання технологій для оцифрування під час війни, автор виокремлює такі вектори:

- NFT-технології;
- віртуалізація музейної спадщини;
- технології для створення інтерактиву, що набувають свого піку після перемоги України у війні.

Розглянемо детальніше кожен технологію. NFT-технологія – це досить новий інструмент та більше використовується в сфері культури та мистецтва та сферах креативної економіки загалом.

Якщо давати загальне визначення технічне, то **NFT** (з англ. «*non-fungible token*», «невзаємозамінний токен»), умовно це як цифровий сертифікат чи патент, що додається до цифрового продукту (об'єкту), що може бути у вигляді зображення, анімації, відео, аудіо тощо. У цьому токени містяться вся інформація, тобто метадані. А сам токен – це одиниця обліку в мережі блокчейну, що створює унікальне право володіння цифровим об'єктом. В свою чергу поняття «блокчейн» визначає вид технології з обробки, зберігання інформації та ідентифікації клієнтів. Ця технологія дозволяє не змінювати записи, але при цьому вони є загально публічними, що в свою чергу мінімізує втручання до даних та забезпечує безпеку.

Першим претендентом з продажу цифрового витвору мистецтва був аукціон від дому «Christie's» у 2018 р. Це перший випадок, коли аукціонний дім дозволив потенційним покупцям брати участь у торгах, використовуючи для забезпечення стартового внеску криптовалюту [6, с. 4].

А одним з найвідоміших творів вважається «Everydays – The First 5000 Days», у колі цифрових митців його порівнюють з Сальвадором Далі та творить під псевдонімом Beeple. Його роботи продаються за мільйони доларів, наприклад, дім «Christie's» на онлайн-аукціоні у 2021 р. продав NFT витвір за 69,3 млн дол. [11].

За даними платформи та аналізу екосистеми NFT – Nonfungible.com, пік прибуттів в креативну економіку припав на серпень 2021 р. та склав 698 млн дол. / міс., тільки на 27.08.21 прийшлося 85 млн дол. Доля мистецтва на загальному ринку становила 48 % у 2021 р. та це близько 6 млрд дол. [18].

Ще один такий факт, що відбувся у лютому 2022 р.: дружина Ілона Маска, співачка Граймс, за 20 хв заробила 6 млн дол., продавши цифрові малюнки і відео у вигляді NFT-токенів; кліп американського баскетболіста Леброна Джеймса було продано за 200 тис. дол., а бренд «Rtfkt Studios», що спеціалізується на створенні віртуальних кросівок, продав колекцію із 600 пар загальною вартістю в 3,1 млн дол. лише за 7 хв. І в лютому 2022 р. обсяг ринку NFT склав 340 млн дол. [7]. Та на сьогодні налічується тільки 6 маркетплейсів, це OpenSea, Rarable, Binance NFT, SuperRare, Paras, Mintable.app, на яких можна реалізувати, та це свідчить про популярність та ефективність.

Крім того, на думку експертів та менторів, NFT захищає від використання чужої інтелектуальної власності та авторського права, тому що в блокчейні неможливо стерти або підробити інформацію [16].

Тому зрозуміло, що ця технологія має місце бути під час війни в Україні. Як країна, ми зараз з інформаційному полі, досить логічно, що набула розголосу в країні. І пішла далі в туристичну галузь. До успішних прикладів автор зараховує наступні проекти (табл.1).

Таблиця 1

Перелік NFT-проектів в Україні станом на 2022 р.

Назва проекту	Посилання	Опис
THE NFT-MUSEUM of the war of putin's russia against Ukraine	<a href="https://metahistory.gallery">https://metahistory.gallery</a>	Присвоєння токена до зображень у хронологічному порядку, продаж з метою фінансування у відбудову музеїв та пам'яток, знищених під час війни в різних регіонах країнах
NFT Art Marketplace	nft-art-marketplace	Присвоєння токена до малюнків
Sunflower Chronicles	<a href="https://www.huntlancer.com/sunflower-chronicles-nft-ukraine/">https://www.huntlancer.com/sunflower-chronicles-nft-ukraine/</a>	Присвоєння токена до марок з героїчними подвигами українців під час російсько-української війни
Aero3D	<a href="https://opensea.io/aero3d">https://opensea.io/aero3d</a>	Присвоєння токена до 3D-моделей пам'яток та пам'ятників в різних регіонах країни

Джерело: розроблено автором.

Кожен з вищезазначених проектів NFT є дотичним до туристичної галузі, але на рівні підходу переважно через призму мистецтва та культури.

Тому автор вбачає потребу реалізації такої технології глибше в галузі на прикладі таких дій:

- присвоєння токена до мерчу згідно брендбу регіонів;
- присвоєння токена до промо-роликів регіонів;
- присвоєння токенів до асоціацій з країною в цілому чи окремих регіонів, наприклад, аудіодоріжок народних пісень, кліпів, зображення або 3D-проекції історичних та культурних символів (булава, тризуб, перкораль, рушник, інші артефакти) та гастро-символів (борщ, вареники, голубці тощо);
- присвоєння токенів брендів свят та гастро-магнітів;
- city-кард, квитки на івенти, страхові поліси з прив'язкою до конкретного покупця;
- присвоєння токенів до рекламних кампаній.

Це б призвело до підвищення значущості та покращення репутаційного менеджменту національної туристичної дестинації, заняття лідируючої позиції серед дестинацій та додаткового фінансування на розвиток галузі.

Наступною технологією, яка активно розвивається під час війни, це віртуалізація музейної спадщини. Викликана вона додатковим ажіотажем щодо музейної справи по збереженню фондів та знищеням культурних пам'яток загарбниками на окупованих територіях.

Варто зазначити, що одна з перших спроб віртуалізації виставки датується 1993 р., коли було створено «Microsoft Art Gallery» на компакт-диску. Це була певна площина, на якій виставки та галереї розміщували віртуальні колекції. Далі «Google» запускає масштабну кампанію «Google Arts and Culture»,



онлайн-платформу для розміщення цифрових артефактів, що зберігаються у культурних установах. Сьогодні платформа містить віртуальні колекції близько 2 тис. галерей і музеїв світового значення та пропонує не лише перегляд високоякісних цифрових експозицій, але й різноманітні інтерактивні досвіди (наприклад, візуальні кросворди та арт-селфі) та з використанням AR і VR технологій [13]. Ще однією з впливових платформ по оцифруванню культурного надбання Європи є цифрова бібліотека «Europeana», що на момент 2008 р. мала 2 млн оцифрованих об'єктів [19].

Наступним суттєвим кроком розвитку віртуалізації стала пандемія Covid-19 та відсутність можливості показу експозицій у офлайн-просторі. За даними «Museum Innovation Barometer» за 2021 р., серед 200 музеїв світу вони почали використовувати технології з метою привернення уваги відвідувачів у віртуальному світі без можливості запросити гостей у офлайн-світі. І в період пандемії середня оцінка актуальності технологій в музейній справі за шкалою від 0 до 10 становила 7.6 балів, і очікується, що у найближчі три роки ця цифра зросте до 8. А на запитання про те, чи можна вважати новітні технології важливим фактором успіху музею, 80 % респондентів відповіли позитивно [9].

Головною метою оцифрування спадщини та колекцій музейних установ та фондів є:

- збереження інформації;
- інвентаризація фондів;
- додавання значимості музею за рахунок нових підходів у створенні послуги, розширення аудиторії споживачів;
- виокремлення індивідуальності музею за рахунок оцифрування артефактів та колекцій.

Розповсюдженими прийомами та технологіями зараз в музейній справі можна виокремити такі: віртуальні тури, VR-галереї з окулярами або шоломом, «viewing rooms» з розміщеними артефактами доповнена реальність, оптимізація сайтів та технології з digital-маркетингу: онлайн-трансляції, підкасти тощо. Що дозволило залучити ще більше аудиторії як під час пандемії, та і зараз цей процес триває. Першим зафіксованим 3D-туром, що було створено 1994 р., став віртуальною прогулянкою реконструкцією замку Дадлі в Англії.

Але водночас всім перевагам, зараз є переділ перешкод, та автор виокремлює таку проблематику, подолавши яку можна отримати гарний результат:

- відсутність систематичного підходу до оцифрування;
- відсутність належного фінансування на оцифрування;
- відсутність стандартів для оцифрування крихких та дуже значимих артефактів, які бояться світла, вологи чи температур;
- малий обсяг професійних кадрів та обладнання, які можуть провести належним чином процес оцифрування;
- застаріла нормативно-законодавча база, що зобов'язує оцифрувати з метою отримання дозволів на проведення робіт.

Що призвело до ситуації в цілому в країні та під впливом збігу обставин, зараз вже є втрати колекції у таких музеях:

- музей ім. Сковороди (Харківщина);
- музей Українських старожитностей В. Тарновського (Чернігів);
- Маріупольський художній музей ім. Куїнджі (Донеччина);
- археологічні пам'ятки, добуті методом чорної археології на Херсонщині;
- краєзнавчий музей в м. Охтирка (Сумщина);
- Харківський художній музей (Харківщина);
- Мелітопольський краєзнавчий музей (Запорізька обл.).

І варто зазначити, що цей перелік не фінальний. За даними Міністерства культури та інформаційної політики зазначається, що в умовах повномасштабної війни, розпочатої РФ проти України, зафіксовано 242 випадки знищення росіянами культурної спадщини українського народу. Так, окупанти повністю знищили або пошкодили щонайменше 92 релігійні споруди, 35 пам'яток історії, архітектури та містобудування, 29 меморіальних пам'яток на честь історичних особистостей та подій XIX – поч. XXI ст., 19 будівель та комплексів музеїв і заповідників. Окрім цього, під ворожі обстріли потрапили 33 будинки культури, театри, бібліотеки та інші об'єкти цінної історичної забудови [14].

Загалом постановою КМУ визначено 570 державних музеїв в країні, які намагаються рятувати хаотично перед вторгненням, так і зараз, та для цього потрібно досить багато ресурсів [17]. За даними інформації науковців, кількість музейних експонатів в Україні приголомшлива, тільки колекція головного художнього музею України нараховує 40 тис. музейних предметів, у Державному природознавчому музеї НАН України основний фонд налічує понад 500 тис. одиниць зберігання, у Національному науково-природничому





музеї НАН України – 2,5 млн од., а в Інституті зоології імені Шмальгаузена НАН України – близько 6,7 млн [15]. Тут оцифрування є одним з головних методів для збереження предметів Музейного фонду України та Національного архівного фонду, об'єктів, що становлять національне надбання, та інших матеріальних і нематеріальних історико-культурних, архітектурних, природних, науково-технічних артефактів України тощо.

Але, крім проблематики про відсутності законодавчої бази та кількості, варто зауважити про відсутність доступу до фондів у зв'язку з крихкістю артефактів. До прикладу можна привести фрагменти штукатурки і тканини трипільського періоду, що зберігаються у наукових фондах українського державного історико-культурно заповідника «Трипільська культура». Та через крихкість і вразливість цих артефактів до зовнішнього середовища їх можна зберігати лише у законсервованому стані. Хоча, якщо розглядати світові кейси, наприклад, Музей Вікторії й Альберта, який володіє Ардабільським килимом, найстарішим та одним з найбільших килимів у світі, освітлює його лише протягом 10 хв щогодини, аби дозволити відвідувачам поглянути на артефакт, водночас не завдаючи йому великої шкоди. А зробивши оцифрування його, можна ще більше привабити відвідувачів [12]

Тому, на думку автора, одним з найголовніших акцентів у цифровізації має зараз стати процес, пов'язаний зі збереженням фондів та артефактів.

Тому технології, що слугують для створення інтерактивного контенту, є досить актуальними, а це технології віртуальної та доповненої реальності.

Розглянемо детальніше, які технології використовуються зараз в Україні під час складної ситуації:

– 3D-сканування та фотограмметрія – форми різних предметів у просторі та розташування за їхнім фотографічним зображенням;

– 3D-моделювання – математичне відображення будь-яких форм у комп'ютерній програмі;

– Доповнена реальність – першочергово використовувалася у гейміндустрії, а зараз набула популярності саме у туристичній галузі за рахунок реновації послуги та можливості відродження історичних фактів, культурних елементів тощо;

– Віртуальна реальність – на сьогодні одна з популярних технологій та не потребує великої кількості обладнання (шоломів, громіздких окулярів), як раніше, а зараз дозволяє потрапити у віртуальну реальність, використовуючи невеликі окуляри та звичайне відповідне програмне забезпечення. Тому це досить вигідна технологія для брендингу території і не тільки показати у віртуальному світі туристичні локації, а й додатково реалізувати брендований сувенір – окуляри тощо. Одним з класичних прикладів є «Google Street View Trusted»;

– Цифрові паспорти чи цифровий архів має на увазі систематичну базу даних про об'єкт, локацію, артефакт тощо;

– 3D-друк поєднує цифрові методи роботи з мистецтвом, робити зміни та легко ретранслювати цифрові копії у фізичні об'єкти. З точки зору технічної складової, тривимірний принтер складається з декількох різних компонентів. Усі деталі прикріплені до спеціальної рами. Рухомою голівкою керують крокові двигуни, а ними – спеціальні контролери. Голівка, що друкує, є найважливішою частиною принтера. Саме вона під впливом високої температури розплавляє матеріал, який формує 3D-деталь. Матеріал потрапляє у принтер через спеціальні кружці;

– Лазерне сканування – це знімальна система, яка доволі швидко вимірює відстань від сканера до точок об'єкта і реєструє відповідні напрями з подальшим створенням тривимірного зображення в контурі хмари точок. Отримавши таку скан-копію, можна відтворити 3D-модель.

– Аерозйомка дроном та панорамне фото потребує обладнання та певної підготовки у створенні контенту, але досить розповсюджена у туристичній галузі, переважно під час військових дій тільки панорамне фото, тому що зйомки дронів заборонені;

– Цифровий сторітелінг – один з видів подачі інформації та її сприйняття у вигляді підкастів та онлайн-платформ [12].

Тут автор пропонує поділити використання технологій в залежності від сенсів використання таких технологій, до яких відносимо:

– збереження та документування (що є актуальним зараз саме для України);

– інтертеймент (з англ. «розваги»), що набуде свого піку після перемоги України у війні та створить додатковий потік.

Розглянемо конкретні приклади цих технологій з урахуванням вищезазначених сенсів. Світовими прикладами, які використовують технології оцифрування для збереження та документування (табл. 2).



Таблиця 2

## Світові музеї, що використовують цифрові технології з збереження

Назва музею	Посилання
Лувр (майже 500 тис. експонатів)	<a href="https://collections.louvre.fr/en/">https://collections.louvre.fr/en/</a>
Британський музей	<a href="https://www.britishmuseum.org/collection">https://www.britishmuseum.org/collection</a>
Музей мистецтва Метрополітен в м. Нью-Йорк	<a href="https://www.metmuseum.org/art/collection">https://www.metmuseum.org/art/collection</a>
Нью-Йоркський музей дизайну Купер-Г'юїт	<a href="https://collection.cooperhewitt.org/highlights/">https://collection.cooperhewitt.org/highlights/</a>
Музей мистецтва Гуггенхайм	<a href="https://www.guggenheim.org/collection-online">https://www.guggenheim.org/collection-online</a>
Ватикан	<a href="https://www.museivaticani.va/content/museivaticani/en/collezioni.html">https://www.museivaticani.va/content/museivaticani/en/collezioni.html</a>
Берлінська національна галерея	<a href="https://artsandculture.google.com/u/0/partner/alte-nationalgalerie-staatliche-museen-zu-berlin">https://artsandculture.google.com/u/0/partner/alte-nationalgalerie-staatliche-museen-zu-berlin</a>
Галерея Уффіці	<a href="https://artsandculture.google.com/u/0/partner/uffizi-gallery?hl=it">https://artsandculture.google.com/u/0/partner/uffizi-gallery?hl=it</a>
Театр-музей Сальвадора Далі	<a href="https://www.salvador-dali.org/en/museums/dali-theatre-museum-in-figueres/visita-virtual/">https://www.salvador-dali.org/en/museums/dali-theatre-museum-in-figueres/visita-virtual/</a>

*Джерело:* розроблено автором за даними офіційних сайтів музеїв.

Цей перелік можна продовжувати, але що стосується України, то розпочато процес загальної цифровізації музейної справи до військового вторгнення та зараз, незважаючи на нього, з метою збереження методом використання технологій 3D-сканування.

У контексті збереження варто привести приклад вже згаданого об'єкту – історико-культурний заповідник «Трипільської культури», до якого входять декілька музейних структур, що реалізували онлайн-платформу з оцифрованими артефактами та археологічними пам'ятками, які знаходяться у фондах або були недоступними, або просто не вміщалися у виставкових залах – <http://tripillya.com/artefakty/> або Національний музей Т. Шевченка, що розпочав роботу над створенням цифрової колекції – [https://museumshevchenko.org.ua/pro\\_muzej](https://museumshevchenko.org.ua/pro_muzej). Також Національний музей історії України у другій світовій війні – <https://digital.warmuseum.kiev.ua/> та Миколаївського художнього музею ім. В. В. Верещагіна, що оцифрував 500 малюнків графіки та розмістив у себе на платформі – <https://museum.myart.org.ua/>.

На відміну від документування та систематичного підходу у збереженні, інтертеймент у туризмі – це один з головних векторів цифровізації для побудування репутаційних стратегій просування дестинації, що провокує підвищення туристичного потоку до конкретної локації. Розглянемо одні з прикладів у світі та Україні:

– «Skin & Bones» – додаток, розроблений спеціально для Smithsonian's National Museum of Natural History у Вашингтоні, США, дозволяє навести телефон на скелет тварини та побачити, якою вона була в житті;

– «Skyline», додаток визначає місцезнаходження за силуетом гір і розповідає про пам'ятки;

– Civilizations AR, додаток від «BBC», який дозволяє розглядати експонати британських музеїв у 3D;

– Questo – гейміфікований додаток для вивчення міста, у супроводі додатку з завданнями та окулярами. Доступно у більш ніж 40 містах [8].

Додаток <https://touristl.com/>, що пропонує екскурсії по Україні у доповненій реальності;

«WalQlike» – мобільний застосунок, що генерує унікальні екскурсії-ігри;

Інтегрування елементів гейміфікації у туризм, «проект музею Сікорського» в Києві у віртуальній реальності – <https://www.sikorsky.kiev.ua/>

Платформа «Дуже цифрові резиденції» медіаарт у вигляді 3D-моделей та анімацій і поєднували з реальними об'єктами у фрезі (тобто вирізанні за допомогою верстатів) – <https://vdr.pixelatedrealities.org/>.

Цей перелік також можна продовжувати, та кожен день з'являються нові продукти, що більш цікаві чи удосконалені, але незмінним залишається один принцип щодо розуміння необхідності інтегрування цифрових інструментів у туристичну галузь.

**Висновки.** Отже, на думку автора, процес цифровізації, що відбувається зараз в світі та зокрема в Україні і безперечно під час війни, позитивно впливає на розвиток галузі в цілому, про що свідчить дослідження, що висвітлено в статті. Безумовно, за цифровізацією майбутнє в туризмі та це тільки питання часу. Війна в країні пришвидшила цей процес для вітчизняного простору. Та, на переконання автора, після перемоги туризм буде цифровим і досить швидко відновиться.



## Література:

1. Гришук О. К. Обґрунтування використання інноваційних маркетингових інструментів у сфері автомобільного туризму. *Економіка і управління на транспорті*. Київ : НТУ, 2015. № 1. С. 45–57.
1. Hryshchuk O. K. (2015) Obgruntuvannia vykorystannia innovatsiinykh marketynhovyykh instrumentiv u sferi avtomobilnoho turizmu. *Ekonomika i upravlinnia na transporti* [Justification of the use of innovative marketing tools in the field of automobile tourism. Economy and transport management] – K.:NTU, № 1. 45-57. [in Ukrainian].
2. Дерев'янюк О. Г. Identification of a company's reputation management model. *Economic Annals-XXI*. 2014. № 7–8. С. 92–94. URL: <http://dspace.univer.kharkov.ua/handle/123456789/17348> (дата звернення: 25.07.2022).
2. Derevianko, O. H. (2014) Identification of a company's reputation management model. *Economic Annals-XXI*. № 7–8. – 92–94. <<http://dspace.univer.kharkov.ua/handle/123456789/17348>> (2022, July, 25). [in English].
3. Курганская Г. С., Хофманн К. М. Инновационные интернет-технологии в сфере туризма. *Бизнес-образование в экономике знаний*. 2018. № 1 (9). С. 55–59.
3. Kurhanskaia H.S., Khofmann K. M. (2018) Ynnovatsyonnye ynternet-tekhnohooly v sfere turyzma [Innovative Internet technologies in the field of tourism] *Byznes-obrazovanye v ekonomyke znanyi* [Business education in the economy of knowledge]. №1 (9). 55-59. [in Russian].
4. Піменов В. Використання сучасних мобільних додатків галузі екологічного туризму. «Сахаровские чтения 2018 года: экологические проблемы XXI века»: зб. матеріалів XVIII міжнарод. наук. конф. Мінськ, 2018. С. 203–204.
4. Pimenov V. (2018) Vykorystannia suchasnykh mobilnykh dodatktiv haluzi ekolohichnoho turizmu. [The use of modern mobile applications in the field of ecological tourism]. «Sakharovskye chteniya 2018 hoda: ekolohycheskye problemy XXI veka»: zb. materialiv XVIII mizhnarod. nauk. konf. Minsk 203-204. [in Russian].
5. Руденко М. В. Аналіз позицій України в глобальних індексах цифрової економіки. *Економічна наука*. 2021. № 2. С. 11–18.
5. Rudenko M. V. (2021) Analiz pozytsii Ukrainy v hlobalnykh indeksakh tsyfrovoy ekonomiky [Analysis of Ukraine's position in the global indices of the digital economy] *Ekonomichna nauka* [Economics], № 2. 11 -18. [in Ukrainian].
6. Ложкіна А. Art WORK *Мистецька праця*. 2019, 224 с.
6. Lozhkina A. (2019) Art WORK [Art WORK] *Mystetska pratsia* [Artistic Work]. 224. [in English].
7. Гайд по нативній рекламі «Ain.ua». URL: <https://ain.ua/ru/2021/03/18/nft-renesans-abo-yak-prodati-cifrove-mistectvo-za-miljoni/> (дата звернення: 01.06.2022).
7. Haid po natyvniy reklamі «Ain.ua» [Ain.ua native advertising guide]. <<https://ain.ua/ru/2021/03/18/nft-renesans-abo-yak-prodati-cifrove-mistectvo-za-miljoni/>> (2022, June, 01). [in Ukrainian].
8. Інформаційно-комунікаційний проєкт для професіоналів туристичної індустрії «Think Travel Tech». URL: <https://thinktraveltech.com/news/razbor/ar-apps> (дата звернення: 17.07.2022).
8. Informatsiino-kommunikatsiinyi proiekt dlia profesionali turystychnoi industrii «Think Travel Tech» [Information and communication project for tourism industry professionals "Tink Travel Tech"]. <<https://thinktraveltech.com/news/razbor/ar-apps>> (2022, July, 17). [in Ukrainian].
9. Museum Innovation Barometer. URL: <https://museumbooster.com/wp-content/uploads/2021/08/Museum-Innovation-Barometer-2021.pdf> (дата звернення: 11.08.2022).
9. Museum Innovation Barometer [Museum Innovation Barometer]. <<https://museumbooster.com/wp-content/uploads/2021/08/Museum-Innovation-Barometer-2021.pdf>> (2022 August, 11). [in English].
10. Онлайн-платформа для розміщення контенту. URL: [https://issuu.com/alisalozhkina/docs/art\\_work\\_reader\\_web2](https://issuu.com/alisalozhkina/docs/art_work_reader_web2) (дата звернення: 17.08.2022).
10. Onlain platforma dlia rozmishchennia kontentu [Online platform for hosting content]. <[https://issuu.com/alisalozhkina/docs/art\\_work\\_reader\\_web2](https://issuu.com/alisalozhkina/docs/art_work_reader_web2)> (17, august, 2022). [in Ukrainian].
11. Опис цифрового зображення «Everydays: The First 5000 Days». URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Everydays:\\_The\\_First\\_5000\\_Days](https://ru.wikipedia.org/wiki/Everydays:_The_First_5000_Days) (дата звернення: 18.08.2022).
11. Orys tsyfrovoho zobrazhennia «Everydays: The First 5000 Days» [Description of digital image "Everyday: The First 5000 Das" ]. <[https://ru.wikipedia.org/wiki/Everydays:\\_The\\_First\\_5000\\_Days](https://ru.wikipedia.org/wiki/Everydays:_The_First_5000_Days)> (2022, August, 18). [in Ukrainian].
12. Онлайн-платформа «Gwaramedia.com». URL: <https://gwaramedia.com/virtualizacziya-muzeiv-i-galerej> (дата звернення: 01.08.2022).
12. Onlain platforma «Gwaramedia.com» [Onlain platforma "Gwaramedia.com" ]. <<https://gwaramedia.com/virtualizacziya-muzeiv-i-galerej>> (2022, August, 01). [in Ukrainian].
13. Офіційний проєкт «Google Arts and Culture». URL: <https://artsandculture.google.com> (дата звернення: 08.07.2022).
13. Ofitsiinyi proiekt «Google Arts and Culture» [The official project "Google Arts and Culture" ]. <<https://artsandculture.google.com>> (2022, July, 08). [in English].
14. Офіційний портал Міністерства культури та інформаційної політики. URL: <https://mkip.gov.ua> (дата звернення: 07.07.2022).
14. Ofitsiinyi portal Ministerstva kultury ta informatsiinoi polityky [The official portal of the Ministry of Culture and Information Policy] <<https://mkip.gov.ua>> (2022, July, 07).
15. Підкаст «Куншт». URL: <https://kunsht.com.ua/arxivi-ta-muzejni-kolekci%D1%97-ocifruvati-j-vryatuvati/> (дата звернення: 29.07.2022).
15. Pidkast «Kunsht» [Pidkast "Kunsht" ]. <<https://kunsht.com.ua/arxivi-ta-muzejni-kolekci%D1%97-ocifruvati-j-vryatuvati/>> (2022, July, 29). [in Ukrainian].



16. Приватна компанія «Soloviov marketing adency». URL: <https://soloviov.agency/nft-dlya-biznesu/> (дата звернення: 28.08.2022).

Privatna kompaniia «Soloviov marketing adency» [Private company "Solovyov Marketing Dentsii"]. <<https://soloviov.agency/nft-dlya-biznesu/>> (2022, July, 28). [in Ukrainian].

17. Постанова КМУ «Про затвердження переліку музеїв та заповідників, в яких зберігаються музейні предмети, що є державною власністю і належать до державної частини Музейного фонду України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1388-2021-%D0%BF#Text> (дата звернення: 01.08.2022).

Postanova KМУ «Pro zatverdzhennia pereliku muzeiv ta zapovidnykiv, v yakikh zberihaiutsia muzeini predmety, shcho ye derzhavnoiu vlasnistiu i nalezhat do derzhavnoi chastyny Muzeinoho fondu Ukrainy» ["On the approval of the list of museums and reserves that store museum objects that are state property and belong to the state part of the Museum Fund of Ukraine"]. <<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1388-2021-%D0%BF#Text>> (2022, August, 01). [in Ukrainian].

18. Сайт з аналітикою в NFT. URL: <https://nonfungible.com/> (дата звернення: 20.08.2022).

Sait z analitykoiu v NFT [Site with analytics in NFT] <<https://nonfungible.com/>> (2022 August, 20). [in English].

19. Цифрова бібліотека «Europeana». URL: <https://www.europeana.eu/en/collections> (дата звернення: 10.08.2022).

Tsyfrova biblioteka «Europeana» [Europeana digital library ] <<https://www.europeana.eu/en/collections>> (2022, August, 10). [in English].