

*Р. Б. Кожухівська,
к. е. н., доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Уманський національний університет садівництва*

ORCID ID: 0000-0003-4066-4170

*В. О. Непочатенко,
к. е. н., доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Уманський національний університет садівництва*

ORCID ID: 0000-0003-0900-5484

DOI: 10.32702/2306-6806.2020.7.93

DIGITAL-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

*R. Kozhukhivska,
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism,
Hotel and Restaurant Business, Uman National University of Horticulture*

*V. Nepochatenko,
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism,
Hotel and Restaurant Business, Uman National University of Horticulture*

DIGITAL TECHNOLOGIES AS A BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY IN UKRAINE

У статті визначено ключові аспекти упровадження та використання елементів цифровізації задля підвищення ефективності туристичної діяльності в Україні.

У ході дослідження встановлено, що туристична індустрія, наразі, розвивається швидкими темпами і повинна відповідати сучасним викликам. За таких умов чималої уваги слід приділяти використанню інноваційних технологій та упровадженню цифровізаційних елементів у туристичну діяльність. Зазначено, що діджиталізація вже декілька років є головним трендом та чинником зростання бізнесу. Інноваційно-інформаційні технології трансформували як бізнес, так і підходи до клієнтів, реалізацію продуктів та послуг тощо.

Проаналізовано процеси цифровізації української туристичної галузі та зазначено основи їх реалізації. Указано, що одним із факторів, що сприяє упровадженню цифровізації в сферу туризму, є доступність та вміння населення працювати в Інтернет-середовищі.

Наведено порівняльну характеристику рівня доступу користувачів до мережі Інтернет та вказано на цифрове забезпечення країн світу та України. Опрацювання даних e-commerce за типологією замовлень через Інтернет в Україні, дало змогу констатувати, що усередньому 60,5% українського населення користуються онлайн послугами з організації дозвілля та туризму. Зазначено, що найбільш використовуваними новітніми цифровими технологіями, які виступають в якості основи цифровізації туристичної діяльності є Big Data, blockchain, штучний інтелект, Інтернет речей, мобільні пристрої.

Позитивний вплив інформаційних технологій на динаміку вітчизняного та міжнародного туристичного потоку зумовлює трансформацію сфери туризму з такої, яка орієнтована на обслуговування організованих туристів, — на багатогалузеву сферу діяльності, що спрямована на задоволення різноманітних потреб індивідуальних туристів.

Резюмовано, що в умовах цифрової економіки туристична діяльність стає все більше технологічною, створюється єдиний інформаційний простір у сфері світового туризму, формуються інноваційні принципи інформаційного забезпечення та управління сферою туризму. Саме інформаційний супровід туристичного бізнесу та використання Digital-технологій є стратегічним ресурсом, що забезпечує підвищення конкурентоспроможності туристичної індустрії.

The article identifies key aspects of the introduction and use of digitalization elements to increase the efficiency of tourism industry in Ukraine. During the study was found that the tourism industry is currently developing rapidly and must meet modern challenges. Thus, under such conditions, considerable attention should be paid to the use of innovative technologies and the introduction of digitalization elements in tourism.

It is noted that digitalization has been the main trend and growth factor of business for several years. Innovative and communicatory technologies have transformed both business and approaches to customers, sales of products and services, etc. Digitalization creates new sectors and segments, as well as new professions.

The processes of digitalization of the Ukrainian tourism industry are analyzed and the basics of their realization are indicated. It is stated that one of the factors that contributes to the introduction of digitalization in the field of tourism is the accessibility and ability of the population to work in the Internet environment. The comparative characteristic of the level of users' access to the Internet is given and the digital support of the countries of the world and Ukraine is indicated.

Processing of e-commerce data according to the typology of orders via the Internet in Ukraine, allowed to state that on average 60.5% of the Ukrainian population use online services for leisure and tourism. It is noted that the most used latest digital technologies that serve as the basis for digitalization of tourism industry are Big Data, blockchain, artificial intelligence, Internet of Things, mobile devices.

The positive impact of communicatory technologies on the dynamics of domestic and international tourism flows leads to the transformation of tourism industry from one that focuses on serving organized tourists to a multidisciplinary area of activity aimed at meeting the diverse needs of individual tourists.

It is summarized that in the conditions of digital economy tourism activity becomes more and more technological, a single information space in the sphere of world tourism is created, innovative principles of information support and management of the sphere of tourism are formed. It is the informative support of the tourism business and the use of digital technologies is a strategic resource that provides an increase in the competitiveness of the tourism industry.

*Ключові слова: туризм, інновації, технології, діджиталізація, бізнес.
Key words: tourism, innovations, technologies, digitalization, business.*

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Туристична індустрія, наразі, розвивається швидкими темпами і повинна відповідати сучасним викликам. За таких умов чималої уваги слід приділяти використанню інноваційних технологій та упровадженню цифровізаційних елементів у туристичну діяльність. В умовах досить жорсткої конкуренції на туристичному ринку основною проблемою для українських туристичних підприємств є формування конкурентних переваг і за таких умов способом покращення їх позицій у конкуренції, стає активне використання у своїй практиці сучасних інформаційних технологій — повна автоматизація процесу оформлення замовлень на туристичні послуги, застосування прямих каналів комунікацій із партнерами-туроператорами; використання електронних систем бронювання турів, системи електронної пошти та Інтернет [1, с. 119].

Цифрові технології співпрацюють з людськими почуттями і інтелектом, щоб запропонувати клієнту зручну взаємодію як на онлайн, так і на офлайн-каналах. Цей підхід веде до підвищення ефективності, продуктивності, і глибшого розуміння сервісів. Digital-технології також сприяють прогресуванню такої складової як маркетинг з метою оптимізації всього процесу подорожі, зосереджуючись на бажаннях клієнтів, а не на діях конкурентів [2].

Сьогодні digital-технології дозволяють відстежувати, інтерпретувати і перевіряти всі дані в режимі реального часу. Це включає в себе не тільки взаємодію з клієнтами, а й всі інші фактори в ланцюжку створення вартості, такі, як, наприклад, курси навчання співробітників, адже саме висококваліфіковані кадри є основою успішної реалізації бізнес-стратегії [3].

Зазначені обставини визначають необхідність про-

ведення більш глибоких науково-практичних розвідок із дослідження питань упровадження процесів діджиталізації у сферу туризму. Указаний аспект визначає актуальність та формує мету і завдання дослідження.

МЕТА І ЗАВДАННЯ СТАТТІ

Мета статті полягає у визначенні ключових аспектів упровадження та використання елементів цифровізації задля підвищення ефективності туристичної діяльності в Україні.

Зважаючи на мету, головним завданням дослідження є аналіз процесів цифровізації української туристичної галузі та визначення ключових засад їх реалізації.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Серед публікацій, присвячених інформаційному забезпеченню туристичної діяльності, особливої уваги заслуговують праці П.І. Жежнич та О.О. Сопрунок [4]. Автори вдало розглянули подвійну роль інформаційного забезпечення у роботі туристичних підприємств, яке, з одного боку, призначене для ефективної взаємодії виробника та споживача туристичної послуги, а з іншого боку, дозволяє підвищувати ефективність процесів обробки інформації у межах туристичного підприємства.

С. Мельниченко висвітлено теоретико-методологічні основи та практичний інструментарій застосування інформаційних технологій у туристичному бізнесі; визначено роль і місце інформаційних технологій у менеджменті і маркетингу туристичних підприємств; надано рекомендації щодо модифікації організаційних структур управління туристичними підприємствами та системи менеджменту загалом, під впливом інформаційних технологій [5]. М. Желени розглядає аспект розвитку технологій у туризмі, акцентуючи увагу на тому, що зростання ролі інформації у туризмі супроводжувалося появою різноманітних технологій. Метою сучасних туристичних фірм є зберігання та захист мереж підтримки технологій, забезпечення їх стабільності [6, с. 206].

А. Квартальнов у своїх дослідженнях зазначає, що сучасні інформаційні технології та ефективні комунікації забезпечують стрімкий розвиток ринку міжнародного туризму, а також великого значення в туризмі набуває використання глобальних комп'ютерних мереж. Завдяки інформаційним технологіям зростає ефективність маркетингу в туризмі, споживач має можливість швидко отримувати необхідну якісну інформацію про туристичні послуги [7].

Великого значення у туризмі відіграють глобальні комп'ютерні та Інтернет мережі. Завдяки інформаційним технологіям зростає ефективність маркетингу у туризмі, споживач зможе швидко отримувати необхідну якісну інформацію о туристичному продукті не виходячи з дому [8, с. 27]. У праці М. Скопеня зацентровано увагу на процесах автоматизації фірми за допомогою офісних програм, комп'ютерної техніки, які застосовуються у роботі туристичної фірми, створенні ефективних сайтів та серверів туристичної фірми в мережі Інтернет [9].

Туризм є однією з найбільших, високоприбуткових і найбільш динамічних галузей світової економіки. Інформатизація сучасної туристичної діяльності виступає у якості однієї із найбільш характерних рис розвитку цієї індустрії у провідних країнах — лідерах світового туристичного ринку. Сучасний туризм вступив у такий етап свого розвитку, у якому інформація та її своєчасна передача відіграють визначальну роль у всіх сферах туристичної діяльності, при цьому саме сучасні інформаційні технології в туризмі стають найважливішим фактором економічного зростання галузі. Інформаційно-технічний прогрес є сьогодні не тільки голов-

ним фактором забезпечення ефективного функціонування туристичного ринку, але й найважливішою умовою процесу його стійкого розвитку. Водночас пріоритетну увагу має бути приділено саме сучасним інформаційним технологіям, які завдяки своїм унікальним властивостям будуть активно сприяти динамічному розвитку усіх секторів туристичного ринку [10, с. 87].

Невирішені частини проблеми. Кожен зі згаданих науковців вніс свою частку в дослідження проблем інформаційного забезпечення туристичної діяльності. Однак питання розвитку індустрії туризму на основі упровадження та використання Digital-технологій висвітлено недостатньо, а тому потребує проведення додаткових досліджень.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Туризм як важливе соціально-економічне явище сучасності підкоряється об'єктивним законам розвитку людського суспільства. Він активно впливає на життєдіяльність суспільства і водночас залежить від суспільства, стану розвитку його продуктивних сил і виробничих відносин. Як і наслідки взаємодії туризму та суспільства, так і розвиток туризму загалом залежать від комплексу умов — природно-географічних, історико-політичних, соціально-економічних, демографічних, що склалися у суспільстві, і чинників, що їх визначають [11, с. 34—36]. Туристична сфера життєдіяльності людей охопила увесь світ. Туризм став глобальним феноменом. Туризм — це і бізнес, і відпочинок, і комунікація, і інформація, і навчання, і професія, і навіть спосіб життя. У 2003 році Всесвітня туристична організація, метою якої є сприяння розвитку індустрії туризму і мандрівок, увійшла до структури ООН [12, с. 100].

Туризм в Україні є сферою соціально-економічного комплексу, яка в багатьох країнах перетворилася у велику індустрію, що стрімко розвивається. Він виконує функції джерела валютних надходжень і засобу для забезпечення зайнятості населення; розширює внесок у платіжний баланс; сприяє диверсифікації економіки за рахунок розвитку туристичної інфраструктури; підвищує привабливість країни як сфери підприємництва і ділової співпраці; створює стимули для припливу іноземного капіталу в національну економіку [13, с. 147].

Діджиталізація вже декілька років є головним трендом та чинником зростання бізнесу. Інноваційно-інформаційні технології трансформували як бізнес, так і підходи до клієнтів, реалізацію продуктів та послуг тощо.

Діджиталізація (англ. digitalization) — це впровадження цифрових технологій у всі сфери життя: від взаємодії між людьми до промислових виробництв, від предметів побуту до дитячих іграшок, одягу тощо. Це перехід біологічних та фізичних систем у кібербіологічні та кіберфізичні (об'єднання фізичних та обчислювальних компонентів). Перехід діяльності з реального світу у світ віртуальний (онлайн) [14].

Сьогодні в Україні досить низький рівень використання інноваційних інформаційних технологій та цифровізації. У зв'язку з цим уряд країни, в рамках проєкту "Україна 2030E — країна з розвинутою цифровою економікою", розробленою Українським Інститутом Майбутнього, до 2030 року має намір здійснити комплексну цифрову трансформацію соціально-економічної діяльності в Україні. Для цього необхідно розробити нормативне регулювання цифрових технологій, модернізувати цифрову інфраструктуру, розробити та упровадити цифрові платформи і технології в основні сфери економіки та державного управління, налагодити підготовку кадрів та інформаційну безпеку.

Цифровізація створює нові сектори й сегменти, так само, як і нові професії. За оцінками Українського Інституту Майбутнього, до 60% доданої вартості в Україні в 2030E буде створено в нових високотехнологіч-



Рис. 1. Загальна кількість людей у світі, які користуються Інтернетом, 2001–2019 рр.

Джерело: побудовано авторами за даними ITU World Telecommunication [16].

них секторах економіки, в таких як штучний інтелект, робототехніка, біоінженерія, 3D-принтинг, наномедицина та інші. Частка цифрової економіки у ВВП найбільших країн світу у 2030Е досягне 50–60%. В Україні цей показник може бути ще вищим — 65% ВВП (за реалізації форсованого сценарію розвитку цифрової економіки в Україні). Цифровізація стане головним інструментом для досягнення стратегічної цілі України — збільшення ВВП у 8 разів, до 1 трлн дол. у 2030Е, та забезпечення добробуту, комфорту та якості життя українців на рівні, вищому за середній показник у Європі [14].

Digital-революція не оминула й сферу туризму. У туристичному бізнесі не залишилось сегментів, яких вона б не зачепила. Тепер достатньо кількох хвилин, аби спланувати мандрівку: миттєво забронювати літак, прочитати відгук про будь-який ресторан, знайти і орендувати житло у будь-якому куточку світу. Технології зробили це все можливим і піднесли на новий рівень. До 2026 року понад 100 млрд дол. перемігрують від старих гравців туристичного ринку до новаторів, які не знехтували перевагами діджиталізації і зуміли імплементувати їх у бізнес та адаптували свою маркетингову стратегію до вимог часу.

За останні десятиріччя бажання та вимоги клієнтів до сервісу дуже виросли. З появою різноманітних рішень, на кшталт Skyscanner, Airbnb, Couchsurfing, Mars.me і лоукостів самостійні мандрівки стали ще доступнішими. Втім, у глобалізованому світі люди все більше турбуються не так про гроші, як про витрачений час, а тому потребують швидкого задоволення своїх потреб, зокрема й у питаннях туризму й відпочинку. Швидке вирішення зазначеної проблеми може запропонувати туристичне підприємство (організація, фірма, туроператор). Водночас, слід сказати й про те, як сильно розширилась географія мандрівок українців та їхні вподобання. Якщо у 90-х 80% усіх мандрівників в Україні обирали Туреччину та Єгипет, то тепер турагенціям потрібно досліджувати десятки нових на-

прямків. Уже викристалізувались 20% мандрівників, яких цікавлять нестандартні та екзотичні напрямки: Балі, Південно-Східна Азія, Карибський басейн, Мальдіви, Маврикій. Та якщо з різноманітним напрямів та їх дослідженням турагенції дають собі раду, то з діджиталізацією бізнесу є серйозні прогалини [15]. Тож актуальність використання інформаційних технологій туристичними підприємствами наразі висока, як ніколи.

Одним з факторів, що сприяє упровадженню цифровізації в сферу туризму, є доступність та вміння населення працювати в Інтернет-середовищі. Для оцінки рівня цифрового забезпечення країни одним із показників є доступ в Інтернет. За підрахунками Committed to connecting the world, наприкінці 2019 року 53,6% населення планети, або 4,1 млрд людей, користуються Інтернетом.

За даними UN WTO, у світі лідером серед користувачів мережі Інтернет є США (200 млн осіб), Китай (111 млн осіб), Японія (85,29 осіб), Західна Європа (205,5 млн осіб). Із 2012 року швидкими темпами зростають обсяги інтернет-продажів туристичних послуг, так у США цей показник становить 19–20% щорічно, у країнах Західної Європи — 37–49%, лідерами серед останніх є Франція і Великобританія [17]. В Україні кількість Інтернет-користувачів у 2019 році, порівняно з 2018 роком, збільшилась на 8%. Так, на сьогодні всесвітньою мережею регулярно користуються 22,96 млн українців, або 71%, порівняно з показником 63% станом на кінець 2018 року. Водночас більшість користувачів — люди у віці від 25 до 44 років [18]. А це і є в основному населення яке подорожує і складає основу туристичних потоків.

Дані рисунку 2 відображають інформацію про найбільш поширені види товарів і послуг, які замовляються через Інтернет.

Аналізуючи дані рисунку 2, можна сказати, що у середньому 60,5% українського населення користуються онлайн послугами з організації дозвілля та туризму.



Рис. 2. Дані e-commerce за типологією замовлень через Інтернет в Україні, у %

Джерело: побудовано авторами за даними [19].

До новітніх цифрових технологій, які виступають як основа цифровізації туристичної діяльності, слід віднести: Big Data, blockchain, штучний інтелект, Інтернет речей, мобільні пристрої тощо. Однією з найбільш перспективних цифрових технологій є обробка великих даних Big Data та blockchain. Технології blockchain вже зараз широко застосовуються в туризмі: збір і контроль інформації за переміщенням багажу між різними аеропортами та авіакомпаніями; ідентифікація пасажирів за допомогою відбитків пальців або сканування сітківки ока; організація оплати послуг тощо.

За допомогою застосування штучного інтелекту, зокрема, технології упізнання можна:

- пришвидшити час проходження реєстрації туристів в аеропортах (методика FAR);

- забезпечити доступ гостя в номер за допомогою сканування сітківки ока або сканування відбитків пальців. Така опція надасть гостю додаткові зручності, зокрема, підвищить безпеку перебування в готелі;

- покращити якість обслуговування клієнтів за рахунок персоналізації послуг (технологія NEC NeoFace Express).

Персоналізація обслуговування наразі є однією з найважливіших конкурентних переваг, які неможливо отримати без цифрових технологій. Для того щоб зрозуміти потреби і бажання клієнта, потрібно зібрати і обробити величезну базу даних, пов'язану із його попереднім досвідом подорожей, перебування в готелі тощо. Це дасть змогу сформувати певний віртуальний образ мандрівника, змодельовати його потреби за допомогою систем штучного інтелекту, забезпечити віддалене консалтингове обслуговування за допомогою чат-ботів.

До переваг обслуговування за допомогою систем штучного інтелекту слід віднести швидкість і точність надання інформації клієнту. Штучний інтелект дозволяє швидко обробляти інформацію і пропонувати різні варіанти вирішення питання, наприклад, запропонувати кілька варіантів розміщення з коментарями персонально для клієнта.

Застосування сучасних інформаційних технологій підвищує безпеку та якість туристичних послуг. Нині в туризмі використовують глобальні розподільчі системи (Global Distribution System), які забезпечують швидке і зручне бронювання квитків на транспорт, резервування місць у готелі, прокат автомобілів, обмін валют, замовлення квитків на спортивні та культурні заходи тощо. Найбільшими глобальними розподільчими системами на міжнародному ринку туристичних послуг вважаються AMADEUS, Worldspan, Galileo, Sabre.

Позитивний вплив інформаційних технологій на динаміку вітчизняного та міжнародного туристичного потоку зумовлює трансформацію сфери туризму з такої, яка орієнтована на обслуговування організованих туристів, — на багатогалузеву сферу діяльності, що спрямована на задоволення різноманітних потреб індивідуальних туристів.

Попри достатню поширеність інформаційних технологій, рівень їх використання вітчизняними туристичними підприємствами є досить обмеженим, що зумовлено:

- низьким рівнем розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури; відсутністю баз даних туристичного профілю в окремих регіонах країни;

- обмеженістю інформації та реклами туристичного продукту на міжрегіональному, національному та міжнародному ринках;

- недосконалістю механізму інформаційного обміну суб'єктів господарювання у сфері туризму і зовнішнього середовища за допомогою мереж;

- низьким рівнем розвитку віртуальних туристичних підприємств; відсутністю державної електронної системи забезпечення суб'єктів туристичної діяльності оперативною інформацією про попит, пропозицію, ціни, тарифи [20, с. 148—153].

Отже, туристична галузь є однією із найбільш активних споживачів сучасних Digital-технологій, що у значній мірі обумовлено певними критеріями туристичного продукту/послуги та інформації про нього, зокрема:

- по-перше, для інформації про туристичні продукти дуже критичним є фактор часу, оскільки має місце об'єктивна потреба у її своєчасній передачі, яка можлива передусім завдяки застосуванню сучасних інформаційних технологій;

- по-друге, інформація про туристичні продукти повинна бути своєчасно доступна будь-яким учасникам туристичного ланцюга у будь-якій точці світу. Саме доступність до туристичної інформації у будь-який час та у будь-якій частині світу може бути забезпечена Digital-технологіями;

- по-третє, туристичний продукт складається з великої кількості складових (транспортне обслуговування, послуги проживання, розваги), які також вимагають швидкої доставки інформації для координування їхнього комплексного постачання споживачам туристичного продукту/послуги.

ВИСНОВКИ

У зв'язку з інтенсивним розвитком науково-технічного прогресу упровадження процесів інформатизації та цифровізації кардинально змінює інфраструктурне забезпечення багатьох видів економічної діяльності, в тому числі й у сфері туризму. За таких умов зростає важливість інформаційної складової. У зв'язку з тим, що цифрова економіка базується на ідеології обробки великого об'єму інформації, особливо важливою стає високотехнологічна система безпечного, надійного та довготермінового зберігання інформації, а також підсистема забезпечення їх безпеки. Тому наразі задля забезпечення виконання усіх бізнес-процесів у туристичній галузі вкрай необхідно упроваджувати різноманітні інноваційні технології.

У умовах цифрової економіки туристична діяльність стає все більше технологічнішою, створюється єдиний інформаційний простір у сфері світового туризму, формуються інноваційні принципи інформаційного забезпечення та управління сферою туризму. Тому подальші науково-практичні розвідки мають бути направлені на вивчення й дослідження питань упровадження інформаційних технологій у сферу туризму, оскільки, на нашу думку, саме інформаційний супровід туристичного бізнесу та використання Digital-технологій є стратегічним ресурсом, що забезпечує підвищення конкурентоспроможності туристичної індустрії.

Література:

1. Кожухівська Р.Б. Напрями застосування інформаційних технологій у комунікаційних стратегіях українських туристичних підприємств і підприємств індустрії гостинності. *Бізнес Інформ*. 2015. № 10. С. 119—125.

2. Цифровой туризм: как технологии повлияют на туристическую отрасль в будущем. *MICE TV*. 2018. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://mice-tv.ru/technology/tsifrovoj-turizm-kak-tehnologii-povliyayut-na-turisticheskuyu-otrasl-v-budushhem/> (дата звернення: 20.06.2020).

3. 10 главных digital-трендов в 2018 году. *Idea Digital Agency*. 2018. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://ideadigital.agency/ru/digital-trendy-2018/> (дата звернення: 20.06.2020).

4. Жежнич П.І., Сопрунок О.О. Особливості формування інформаційного забезпечення туристичної діяльності. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. Інформаційні системи та мережі. 2014. № 783. С. 336—343.

5. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. 493 с.

6. Желены М. Информационные технологии в бизнесе. Санкт-Петербург: Питер, 2002. 1120 с.
7. Квартальнов В.А. Туризм. М.: Финансы и статистика, 2004. 320 с.
8. Литовченко І.А. Інтернет-маркетинг: навчальний посібник К.: Центр учбової літератури, 2011. 332 с.
9. Скопень М.М. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі. К.: Кондор, 2005. 301 с.
10. Кожухівська Р.Б. Застосування інтернету як засобу інформаційних технологій у структурі комунікаційної моделі туристичної галузі. Економіка та держава, 2012. № 4. С. 61—63.
11. Сокол Т.Г. Основи туризмознавства: навч. посібник. Київ, 2006. 76 с.
12. Парубочан В. Кризовий барометр від UN WTO. Український туризм. 2009. № 5. С. 98—101.
13. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: учебное пособие. Минск: БГЭУ, 2000. 409 с.
14. Проект "Україна 2030E — країна з розвинутою цифровою економікою". Український Інститут Майбутнього [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html> (дата звернення: 20.06.2020).
15. Мала І. Навіщо туристичному бізнесу діджиталізація. НВ. "Бізнес", Інтерфакс-Україна, 2018 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://nv.ua/ukr/biz/experts/navishcho-turistichnomu-biznesu-didzhitalizaciya-2509752.html> (дата звернення: 20.06.2020).
16. ITU World Telecommunication. Statistics, 2020 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>
17. Global and regional tourism performance. UNWTO, 2020 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance> (дата звернення: 20.06.2020).
18. ITU World Telecommunication. UIA Internet audience in Ukraine in 2019Q3, 2020 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx> (дата звернення: 20.06.2020).
19. Аналітика та статистика. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. 2019 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=be44a1a7-69b3-4a77-a86a-447499abcdd6&tag=Analitika&isSpecial=true> (дата звернення: 20.06.2020).
20. Татаринцева А.С. Управління підприємствами туристичної сфери з використанням сучасних інформаційних технологій. Вісник Запорізького національного університету. 2011. № 1 (9). С. 148—153.

References:

1. Kozhukhivska, R.B. (2015), "Directions of application of information technologies in communication strategies of Ukrainian tourist enterprises and enterprises of the hospitality industry", *Business Inform*, vol.10, pp. 119—125.
2. MICE TV (2018), "Digital tourism: how technology will impact the tourism industry in the future", available at: <http://mice-tv.ru/technology/tsifrovoy-turizm-kak-tehnologii-povliyayut-na-turisticheskuyu-otrasl-v-budushhem/> (Accessed June 20, 2020).
3. Idea Digital Agency (2018), "10 major digital trends in 2018", available at: <https://ideadigital.agency/ru/digital-trendy-2018/> (Accessed June 20, 2020).
4. Zhezhnych, P.I. and Sopruniuk, O.O. (2014), "Features of formation of information support of tourist activity", *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politehnika"*. Informatsiini systemy ta merezhi, vol. 783. pp. 336—343.
5. Melnychenko, S.V. (2008), *Informatsiini tekhnologii v turizmi: teoriia, metodolohiia, praktyka* [Information technologies in tourism: theory, methodology, practice], KNTEU, Kyiv, Ukraine.

6. Zheleny, M. (2002), *Informacionnye tehnologii v biznese* [Information technology in business], Piter, St. Petersburg, Russia.
7. Kvartal'nov, V.A. (2004), *Turizm* [Tourism], Finansy i statistika, Moscow, Russia.
8. Lytovchenko, I.L. (2011), *Internet-marketynh* [Internet marketing], Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraine.
9. Skopen, M.M. (2005), *Kompiuterni informatsiini tekhnologii v turizmi*. [Computer information technologies in tourism], Kondor, Kyiv, Ukraine.
11. Sokol, T.G. (2006), *Osnovy turyzmoznavstva* [Fundamentals of tourism], Kyiv, Ukraine.
12. Parubochan, V. (2009), "Kryzovyi barometr vid UN WTO", *Ukrainskyi turizm*, vol. 5, pp. 98—101.
13. Kabushkin, N.I. (2000), *Menedzhment turizma* [Management of Tourism], BGJeU, Minsk, Belarus.
14. Ukrainian Institute of the Future (2020), "Project "Ukraine 2030E — a country with a developed digital economy", available at: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html>. (Accessed June 20, 2020).
15. Mala, I. (2018), "Why digital business for the tourism business". *NV. Business*. Interfax-Ukraine, [Online], available at: <https://nv.ua/ukr/biz/experts/navishcho-turistichnomu-biznesu-didzhitalizaciya-2509752.html> (Accessed June 20, 2020).
16. ITU World Telecommunication (2020), "Statistics", available at: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx> (Accessed June 20, 2020).
17. UNWTO (2020), "Global and regional tourism performance", available at: <https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance> (Accessed June 20, 2020).
18. ITU World Telecommunication (2020), "UIA Internet audience in Ukraine in 2019Q3", available at: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx> (Accessed June 20, 2020).
19. Ministry of Economy, Trade and Agriculture of Ukraine (2019), "Analytics and statistics", available at: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=be44a1a7-69b3-4a77-a86a-447499abcdd6&tag=Analitika&isSpecial=true> (Accessed June 20, 2020).
20. Tataryntseva, A.S. (2011), "Management of enterprises of the tourist sphere with the use of modern information technologies", *Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho universytetu*, vol. 1 (9), pp. 148—153.
- Стаття надійшла до редакції 21.06.2020 р.*

www.economy.nayka.com.ua

Електронне фахове видання

Ефективна
ЕКОНОМІКА

Виходить 12 разів на рік

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України з ЕКОНОМІЧНИХ НАУК (Категорія «Б»)

Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292

e-mail: economy_2008@ukr.net

тел.: (044) 223-26-28

(044) 458-10-73