

С. М. Петренко

Черкаський державний технологічний університет

АНАЛІЗ ІНФОРМАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В СФЕРІ ТУРИЗМУ

У статті систематизовано теоретичну базу та методичні розробки, які стосуються аналізу інформаційного розвитку підприємств в сфері туризму. Представлено аналіз теоретико-методичних розробок щодо сутнісної характеристики інформаційного розвитку підприємств в сфері туризму в сучасних умовах господарювання. Метою статті є розгляд і формулювання на прикладі туристичних підприємств основних аналітичних показників інформаційного розвитку підприємств в сфері туризму протягом останніх декількох років. Предмет дослідження – теоретико-методологічні засади щодо інформаційного розвитку підприємств в сфері туризму. Об'єктом дослідження визначена система інформаційного забезпечення туристичних підприємств. На прикладі туристичних підприємств досліджено методи та форми аналізу стану інформатизації підприємств в сфері туризму. Під час наукового дослідження використані аналітичні, статистичні методи, методи порівняння тощо, зокрема з метою більш глибокого дослідження сутності інформаційного середовища в туризмі застосовано методи аналізу та синтезу; використання методів спостереження та теоретичного узагальнення сприяло виокремленню особливих ознак і рис щодо технологій та моделей впровадження інформаційних технологій в діяльності підприємств в сфері туризму; для аналізу сучасного стану інформаційних технологій в сфері туризму використано статистичний метод; для формування та відображення взаємозв'язків між різноманітними сегментами в діяльності туристичних підприємств використані табличні та графічні прийоми. На основі розглянутої тематики доведено, що сучасні умови ведення бізнесу в сфері туризму та потреба бути конкурентоздатними зумовлюють більш глибоке вивчення та запровадження інформаційних технологій. Акцентовано увагу на досвіді міжнародних туристичних компаній та аналітичних показниках, які підтверджують доцільність та необхідність активізації в напрямку цифровізації вітчизняних туристичних підприємств й суб'єктів господарювання в індустрії туризму в цілому. Досліджено методи та засоби роботизації в індустрії туризму, збір та аналіз значних обсягів даних, які відіграють позитивну роль для підприємств у конкурентному середовищі та дозволяють підвищити продуктивність та ефективність праці, автоматизувати низку повторюваних операцій тощо. Запропоновано відповідні заходи щодо мотивації туристичних підприємств до застосування відповідних програмних цифрових модулів. Результати дослідження можуть бути корисними для туристичних підприємств, а також фізичних та юридичних осіб, які забезпечують в сфері туризму функціонування туристичної інфраструктури, сприяють формуванню якісного туристичного продукту.

Ключові слова: веб-сайт, віртуальна реальність, діджиталізація, інноваційна інформаційна діяльність, інноваційний розвиток, інноваційні технології, інновація, Інтернет, інформаційні технології, мобільні додатки, моделювання бізнес-процесів, сфера туризму, туризм, туристична галузь, туристична діяльність, туристична послуга, туристичні підприємства, цифрова інфраструктура.

Постановка проблеми та її актуальність. На рівень та напрями соціально-економічного розвитку, як свідчать історичні події та відповідні факти, вагомий вплив має науково-технічний прогрес. Не виключенням є й сфера послуг, де активно реалізуються інноваційні проекти, основою яких є цифрові технології. Від якості застосування інформаційних технологій та рівня діджиталізації практично на всіх етапах життєвого циклу туристичного продукту залежить ефективність діяльності туристичної системи та окремих суб'єктів господарювання індустрії гостинності. Достовірність інформації про наявну інформаційну базу щодо сучасних цифрових технологічних процесів і відповідного операційного інструментарію зумовлює пошук реальних провайдерів, операторів на ринку цифрових 3D-технологій та є актуальним в туристичній діяльності на всіх етапах життєвого циклу турпродукту та в сегменті функціонування туристичної інфраструктури. Особливо важливою вбачається потреба в діджиталізації туризму в умовах кризового стану, що знайшло своє підтвердження під час пандемії на COVID-19, а також в умовах воєнного

стану в Україні. Враховуючи, що сфера туризму є найбільш вразлива від обставин, пов'язаних із факторами зовнішнього та внутрішнього впливу, інноваційні технології відіграють вагому роль у стабілізації на ринку турпослуг і подальшому розвитку.

Отже, актуальність досліджуваної теми полягає, перш за все, в тому, щоб на прикладі туристичних підприємств дослідити стан і вплив низки факторів на динаміку рівня інформатизації підприємств в сфері туризму за останні декілька років.

Предмет дослідження – теоретико-методологічні засади щодо інформаційного розвитку підприємств в сфері туризму.

Об'єктом дослідження визначена система інформаційного забезпечення туристичних підприємств.

Метою статті є розгляд і формулювання на прикладі туристичних підприємств основних аналітичних показників інформаційного розвитку підприємств в сфері туризму протягом останніх декількох років.

Наукова новизна дослідження полягає в узагальненні аргументів щодо рівня інформаційного розвитку

в Україні підприємств в сфері туризму та обґрунтуванні важливості активізації процесів цифровізації в туристичній діяльності на всіх етапах життєвого циклу туристичного продукту.

Систематизовано основні чинні нормативні документи в Україні щодо питань інформатизації господарської діяльності та розвитку цифрових технологій в економіці та суспільному житті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. До інформаційної бази наукового дослідження віднесені джерела, наведені в списку літератури до статті, у тому числі це – нормативно-правові документи [9–11], статистичні дані [16], сучасні аналітичні інформаційні матеріали [3]; наукові праці дослідників за останні декілька років. Для розкриття теми наукового дослідження опрацьовано результати наукових праць Гапоненко Г.І. та Шульги Н.В. [4], Дзюбати З. [23]; Лисюк Т.В., Ройко Л.Л., Білецького Ю.В. [8]; Князевич А.О., Дяченко Л.А., Крайчук С.О. та Демидюк С.М. [7]; Яковенко Р.В. [20]; Шайфлер В.С., Гострик О.М. [18]; Садової Н.В. [14]; Грибової Д.В. [5] щодо тенденцій сучасного розвитку національної економіки України в умовах воєнного стану та ліквідації наслідків світової пандемії, туристичної діяльності в умовах євроінтеграційних процесів, інформатизації в сфері туризму.

Сучасні тренди інноваційного розвитку сфери туризму в Україні відображені в науковій праці Савіцької О.П. і Савіцької Н.В. [13]; Шевелюк М.М. [19]. Калініченко С., Грібнік А. та Аврята А. дослідили вплив цифровізації туристичної інфраструктури на розвиток регіонального туризму [6]. Аналіз в сфері діяльності міжнародних туристичних організацій та їх ролі в розвитку інформатизації туризму в глобальному середовищі здійснив у своїй праці Аврята А.В. [2] також дослідив технологічні трансформації та глобальну інформатизацію туристичного бізнесу [1]. Оптимізацію бізнес-процесу цифрової дистрибуції вивчав Дубель М.В. [23].

Вектори реструктуризації економічних систем в ході цифрових трансформацій досліджували в своїй праці Мельник Л.Г., Розгон Ю.В., Кубатко О.В., Калініченко Л.Л., Дериколенко О.М. [25]. Формування цифрових конкурентних переваг компанії висвітлили в своїй праці Барабась Д.О., Панасюк О.О., Кривонос А.І. [21], Середою О.О. досліджено особливості злиття та поглинання корпоративних підприємств в сфері ІТ-технологій, медіа та телекомунікацій [15].

Отже, в напрямку вивчення рівня інформатизації в сфері туризму оприлюднено низку результатів досліджень, що в цілому розкривають важливість вивчення даного питання та необхідність цифровізації галузі та спонукають до подальшого аналізу інформаційного розвитку підприємств в сфері туризму в умовах воєнного стану в Україні та врахування міжнародного досвіду щодо обрання найбільш ефективних і оптимальних в умовах впливу кризових явищ в економіці та соціумі.

Методологія та методи дослідження. Під час наукового дослідження використані аналітичні, статистичні методи, методи порівняння тощо, зокрема з метою більш глибокого дослідження сутності інформаційного середовища в туризмі застосовано методи аналізу та синтезу; використання методів спостереження та теоретичного узагальнення сприяло виокремленню особливих ознак і рис щодо технології та моделей впровадження інформаційних технологій в діяльності підприємств в сфері туризму; для аналізу сучасного стану інформаційних технологій в сфері туризму використано статистичний метод; для формування та відображення взаємозв'язків між різноманітними сегментами в діяльності туристичних підприємств використані табличні та графічні прийоми.

Виклад основного матеріалу дослідження. Протягом останніх декількох десятиліть все більш актуальною є проблематика визначення необхідності та ефективності застосування інформаційних технологій в сфері туризму. Отже, потреба в цифровізації різноманітних процесів під час створення, просування та практично усього життєвого циклу туристичного продукту має бути чітко сформована для реального втілення в практичній діяльності туристичного підприємства та суб'єктів господарювання, що задіяні в системі туристичної інфраструктури. Цифровізація, як нова форма комунікаційної взаємодії в туризмі між суб'єктами господарювання та споживачами, може стати важливим мотивуючим фактором забезпечення конкурентних переваг для тих, хто знаходиться в сегменті її впливу. Аналіз рівня застосування цифрових технологій на різних стадіях/етапах розвитку туризму підтверджує пріоритетність обрання найбільш сучасних та оптимальних для використання інформаційних технологій. За даними, оприлюдненими Digital 2023, відомо, що чисельність населення світу станом на 15.11.2022 р. більше 8 млрд осіб, на початок 2023 р. становила 8,01 млрд осіб. На початок 2023 р. у міських районах мешкає більше 57% населення світу, а це завдяки впровадженню інноваційних засобів зв'язку може спонукати до більш активного користування цифровими технологіями. Наразі в світі зафіксовано не менш як 5,16 млрд користувачів Інтернету, тобто 64,4% всього населення світу може одночасно перебувати в мережі. Протягом 2022 р. і по цей час світовий рівень користувачів Інтернету стабільно мав тенденцію до збільшення – майже на 2%. На світовому рівні користувачами соціальних мереж є 4,76 млрд осіб, тобто майже 60% від загальної чисельності населення світу [22].

Для аналізу інформаційного розвитку підприємств в сфері туризму доцільно розглянути низку тих цифрових сервісів і платформ, які використовують найбільш поширені інформаційні технології в практиці діяльності успішних туристичних підприємств світу та порівняти рівень їх сприяння більш ефективній виробничій діяльності. Варто акцентувати увагу на тому, що в туристичній галузі функціонує інтегрована система ІТ-технологій, яка є системою взаємопов'язаних

комп'ютерних і комунікаційних технологій. За результатами моніторингу в Інтернеті інформаційних систем у сфері туризму, науковці виділили 5 найбільш популярних і затребуваних інформаційних технологій: системи автоматизації (Word, Excel та інші), міжнародні системи бронювання (Global Distribution System, Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan), навігаційні системи GPS. GPS – Global Positioning System), системи для електронної комерції (електронні гроші EasyPay, мобільна платіжна система iPay, міжнародна система розрахунків у мережі Web Money Transfer, міжнародна платіжна система Mastercard, QIWI гаманець та інші), віртуальні ГІС-системи (Google maps) [1, с. 104]. На рис. 1 зазначено ті базові технологічні сегменти, в межах яких доцільна сублімація елементів їх інформаційної складової, що характеризує основні принципи моделювання послуг туризму та індустрії гостинності в цілому.

В онлайн-мережі наразі цілком доступними для відвідувачів є наступні інформаційні сайти щодо питань, які стосуються туризму: сайти загального призначення з відповідними тематичними туристичними розділами, спеціалізовані туристичні портали та сайти, глобальні системи бронювання, сайти фірм-туроператорів і сайти туристичних агенцій [1, с. 105].

Аналіз вимог, які висуваються до працівників туристичних підприємств, підтверджує важливість для роботодавця обрати серед претендентів на вакантну посаду особу, яка має навички якісно здійснювати пошук потрібної інформації в електронній мережі, формувати відповідну базу даних за цільовим спрямуванням, виділяти потрібний контент у різноманітні меседжів, створювати та розміщувати інформацію. Фактично сьогодні для працівника туристичної фірми це стає безумовною вимогою. Також, враховуючи те, що туризм є явищем світового масштабу, знання іноземних мов під час роботи на ІТ-ресурсах стає важливою фаховою рисою для комунікації. Серед сучасних форм цифровізації туризму варто зазначити такі як «онлайн-купівля спроектованих туроператорами турів, розробка мобільних додатків, корисних для здійснення туристичної подорожі, а також розробка єдиної інфор-

маційної платформи в мережі Інтернет для самостійних туристів» [17, с. 158].

Дані спостережень за фіксацією пошукових запитів у мобільних застосунках щодо питань туризму свідчать, що їх кількість – не менш як 50% від усіх запитів і з року в рік ця кількість збільшується. Особливо характерним є суттєве збільшення використання смартфонів під час дії карантинних та іншого виду обмежень стосовно пересування фізичних осіб у соціумі. У зв'язку з цим перед туроператорами постає завдання ідентифікувати потреби туристів, створювати та надавати персоналізовані пропозиції на ринку туристичних послуг. Висновки аналітиків Phocuswire доводять факт, що головним ринковим індикатором завдяки більш активному використанню мобільних додатків, наразі є категорія мандрівників віком до 35–40 років [17, с. 160]. У той же час дослідницькою компанією Criterio на основі даних опитування серед туристів старшого віку оприлюднено аналітичні показники, які підтверджують суттєве збільшення активності користувачів інтернет під час пошуку турів у цій категорії завдяки пропозиціям турфірм взяти участь у програмах лояльності. Практично більш як 80% опитаних були мотивовані відгукнутися на пропозиції подібних акцій саме в соціальних мережах [17, с. 160]. Але застереженням до надто настирливих повідомлень в електронній пошті може стати відмова їх отримувати від людей віком до 35 років, що й доведено відповідним опитуванням, коли більш як на 20% знизився показник тих, хто був підписаний для отримання від туристичних фірм і низки закладів розміщення електронних повідомлень на свою особисту електронну пошту [17, с. 160].

Аналіз збільшення динаміки застосування банківських карток й інших електронних засобів провідними туроператорами під час оплати туристичних послуг також мотивує інших забезпечувати цю можливість операційного розрахунку за надані та резервовані послуги, адже подібні види розрахункових операцій дозволяють економити час не тільки надавачам послуг, але й клієнтам. Інформаційні технології розглядають як ключову складову системи комунікативного менеджменту підприємств туристичної галузі [7].

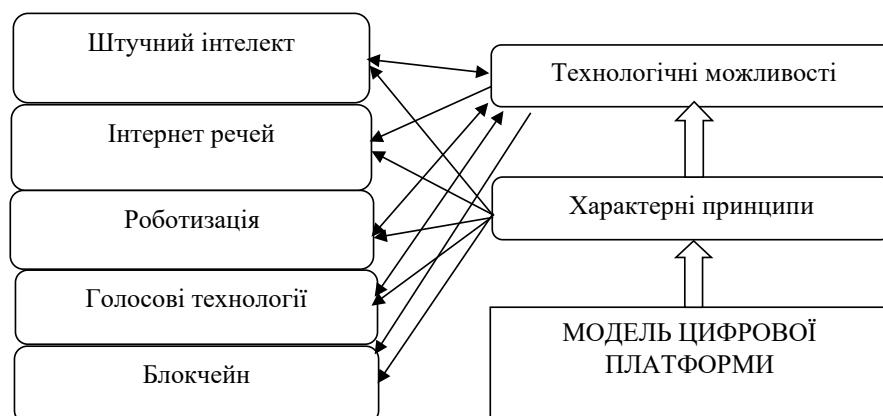


Рисунок 1 – Моделювання проєкту цифрової платформи в туризмі

Дослідження динаміки розробки та впровадження в економіку країн світу за останні декілька років, у тому числі й в сферу туризму, дозволяють виокремити найбільш сучасні інноваційні цифрові технології, зокрема це – технології Big Data, хмарні сервіси, штучний інтелект, розумні технології та технології визначення місцезнаходження, інтернет речей, а також промисловий інтернет речей, 3D-друк, персоналізовані сервісні моделі, а також «розвиток економіки спільного споживання та sharingсервісів» [17, с. 161]. Ще з 2000-х років туристам відомі такі системи бронювання місця для розміщення та купівлі квитків, як Booking, Aviasales. На основі даних проведеного компанією «Travelport» дослідження активності купівлі в різних країнах світу організованих туристичними операторами турів, відомо, що цією пропозицією скористалися лише 51% туристів, інші вишукують тури, додаткові та супутні послуги самостійно. В країнах Європи лише близько 30% туристів безпосередньо відвідують офіси туристичних фірм. Отже, в світовому масштабі майже 50%, а в європейських країнах більше 50% туристів користуються інтернет-ресурсами для планування туристичної подорожі. Розрізняють чотири основні тенденції серед світових трендів у туризмі – «платформи, sharing есопому, революцію вражень і технологічні гаджети» [17, с. 162]. У табл. 1 наведено приклади інновацій в цифрових технологіях для туризму [17, с. 163].

Останні декілька років для сфери туризму відзначені різким спадом практично на всіх сегментах діяльності, що було зумовлено негативним впливом пандемії та певного періоду після подолання її наслідків у світовому масштабі та в окремих аспектах щодо забезпечення туристичної логістики та високого рівня сер-

вісу. Для України кризові явища в політиці, економіці, соціальних питаннях залишили негативні наслідки в багатьох галузях і життєзабезпеченні населення та продовжують позначатися як у повсякденному житті, так і під час екстраординарних подій. Не винятком є й сфера туризму. Але, враховуючи мультиплікативний ефект у туризмі, саме інформаційні технології дозволили туристичній діяльності залишатися на достатньо високому рівні серед споживчих потреб суспільства навіть у найбільш скрутні часи. Адаптивні якості інформатизації в туристичній діяльності туристичних операторів і туристичних агентів дозволили в найбільш короткі терміни налагодити систему взаємозв'язків на всьому ланцюжку від розробників турів до споживачів туристичних послуг. Саме завдяки застосуванню інформаційних технологій доступними для використання, як на професійному, так і на побутовому рівні, є різноманітні Інтернет-ресурси, зокрема мобільні програми, соціальні мережі, міжнародні системи бронювання, електронні бази даних, автоматизовані системи взаєморозрахунків. Фахівці-дослідники розвитку інформаційних технологій в сфері туризму стверджують, що існують декілька основних напрямів позитивного впливу інформаційних технологій на цю сферу. Це стосується рівня ефективності управління підприємством, якості обслуговування споживачів, створення та реалізації нових послуг [7].

Як відомо, базовим законодавчим документом у сфері туризму в Україні є Закон України «Про туризм» [14], яким визначено основні принципи організації та надання туристичних послуг, сутність відповідних категорій та ознак у структурі туристичного продукту. Для розуміння туристичної діяльності важливо чітко визна-

Таблиця 1 – Приклади інновацій в цифрових технологіях для туризму в країнах світу

Пор. №	Країна	Впроваджені цифрові технології
1	Балі	Реалізовано стартап-контекст «Startup Weekend Bali». Відібрані найкращі ідеї в галузі туризму для задоволення нішевих запитів. Запропоновані різні мобільні програми, що сприяють якісному зв'язку з місцевими гідами та водіями («Travelis»), здійсненню купівлі продукції місцевих фермерів («Finger Farm»), інформують про індонезійські готелі, де надають постояльцям чисту воду у відновлювальній тарі («Botol Wisata»).
2	Індонезія	З метою уникнення та запобігання негативним наслідкам експансії певних аеро-компаній запущено власну мережу бронювання гестхаусів та вілл «Indonesia Travel Exchange» (ITX), що налічує понад 2000 різних домоволодінь.
3	Камбоджі	Створена та реалізується стартап щодо платформи «Cambo Ticket», що дозволяє електронною поштою забронювати місце на поромках, в автобусах і в приватних службах таксі (в Лаосі, Таїланді, Камбоджі, В'єтнамі).
4	Канада	Використання цифрових технологій в сегменті створення вартості турпродукту – 23%. Застосована «Цифрова ідентифікація мандрівника» на основі цифровізації паспортних даних.
5	Китай	Реалізовано проєкт «Розумне місто». Функціонують понад 500 «розумних міст». Запроваджується банк даних про порушників у сфері туризму.
6	Таїланд	Реалізується проєкт розвитку інфраструктури аеропортів для зниження завантаженості терміналів.
7	Фінляндія	Створено сервіс Space Nation для популяризації космічного туризму, зокрема польотів на МКС. Активно застосовуються елементи віртуальної реальності. Концептуально інтерактивно, корисно та весело.
8	Франція	Реалізується стартап щодо створення платформи Tripnparty, яка дозволяє мандрівникам відшукувати в будь-якій країні автентичні бари та паби, про які зазвичай добре обізнані тільки місцеві жителі.
9	Шрі Ланка	Здійснено масштабне цифрове промо країни в якості привабливого для туристів напрямку. Мета – залучення не менш як 2,5 млн туристів протягом декількох років.
10	Японія	Активно запроваджено в індустрії гостинності 5G зв'язок.

чати характерні риси основних, додаткових і супутніх послуг. Окремо варто приділити увагу й потребам, пов'язаним із доцільністю придбати або тимчасово використовувати товари туристичного призначення. Таким чином у системі взаємовпливу різних факторів забезпечення туристичної діяльності та потреб туристів виникає необхідність оптимізувати відповідні дії, організаційні аспекти, що безпосередньо або опосередковано впливають на якість туру, досягнення очікуваних вражень, комфорту, гарантії безпеки тощо. Таким чином виникає потреба здійснювати аналіз причин, «які обумовлюють ключові напрями реструктуризації економічних систем в ході цифрових трансформацій» [24], що обумовлюють відповідні зміни на різних етапах життєвого циклу туристичного продукту щодо номенклатури товарів і послуг, структури технологічних процесів, організаційної структури виробництва, структури виробничих професій, структури освітніх процесів, матеріально-інформаційного змісту виробництва, структури транспортних операцій, співвідношення людських і машинних операцій, регіональної структури виробництва, соціальної структури суспільства.

Для більш глибокого розкриття сутності та значення для туризму інформаційних технологій доцільно більш детально розглянути їх вплив на сферу туризму в цілому та для окремих її сегментів із урахуванням конкурентного середовища та інших факторів, які можуть сприяти або гальмувати процеси цифровізації. Варто враховувати також необхідність створення «комплексної системи формування та підтримки конкурентних переваг компанії» [21].

У зв'язку з цим визначають декілька етапів формування конкурентних переваг завдяки впровадженню інформаційних технологій та сукупності відповідних інноваційних заходів, у тому числі тих, які стосуються інвестицій, маркетингу, організації та управління, кадрів і соціальних питань. Роботизація в індустрії туризму, збір та аналіз значних обсягів даних відіграють позитивну роль для підприємств у конкурентному середовищі, дозволяють збільшити продуктивність та ефективність праці, автоматизувати низку повторюваних операцій тощо. Застосування відповідних програмних цифрових модулів сприяє швидким і точним бізнес-рішенням. Доцільно під час проведення аналізу рівня інформатизації в діяльності туристичних підприємств розглядати такі напрями впливу інформаційних технологій, як підвищення ефективності управління підприємством та якості обслуговування клієнтів, створення та реалізація нових послуг [4].

Порівняння кількості відвідування певних веб-сторінок на рівні країн світу, а також в Україні за відповідними напрямками є підтвердженням того факту, що далеко не всі бренди відомих у світі компаній наразі є популярними в Україні, адже відсоток пошукового трафіку низки компаній суттєво нижчий порівняно з іншими країнами світу [4].

Пріоритетним напрямком щодо підвищення рівня відвідуваності сайту будь-якої компанії сьогодні та й на найближчу перспективу визнають потребу туристичної компанії активізувати свою інформаційну та маркетингову діяльність у соціальних мережах. У цьому аспекті актуальною залишається потреба налагодження взаємозв'язків не тільки в середовищі ділових партнерських відносин, але й з клієнтами. Регулярна та конкретна інформація про акції, знижки, очікувані події та відгуки реальних клієнтів – це лише один із важливих напрямків активного застосування цифрових технологій.

З точки зору економічної доцільності інновація може розглядатися як процес або продукт, що «може стати однією з головних статей доходу підприємства, істотно впливаючи на збільшення прибутку» [8]. Існує прямо пропорційна залежність між рівнем потенціалу нововведень та очікуваним реальним прибутком.

Доцільно акцентувати увагу на основних завданнях різновидів бізнес-процесів в туристичній діяльності (табл. 2) [17, с. 166].

Наразі теорія щодо факторів впливу на рівень сучасної технології менеджменту в туризмі знаходить своє підтвердження в реальних процесах управління. Отже, має місце «інтеграція інформаційних інструментів і послуг у всіх видах туристичної діяльності» [8]. У даному контексті мова може йти як про малий, так і про середній туристичний бізнес, які наразі є найбільш популярними за своєї організаційно-правовою формою ведення господарської діяльності та можливості обрання найбільш сприятливої форми оподаткування. Це стосується також як держаних, так і приватних туристичних операторів.

Аналіз рівня популярності сайтів щодо туризму в Україні наразі дає можливість стверджувати про такі їх категорії, які стосуються питань розміщення, подорожей наземним транспортом і повітрям, туристичних пам'яток. До найбільш популярних в Україні належать сайти booking.com, flyuia.com, blablacar.com.ua та getyourgiede.com [4]. Серед тих ознак, які можуть певним чином гальмувати збільшення рівня відвідування туристичних сайтів українських споживачів можливо

Таблиця 2 – Характерні ознаки різновидів бізнес-процесів в туризмі

Пор. №	Вид	Ознака	Сфера впливу
1	Керуючі	Забезпечують управління підприємствами туристичної індустрії в цілому	Бізнес-процеси стратегічного й поточного планування, маркетингу, адміністрування на рівні підприємства
2	Операційні	Бізнес процеси, що забезпечують поточну діяльність підприємства індустрії туризму	Бронювання заявок, формування туристичного продукту, прийом та реєстрація гостей тощо
3	Забезпечуючі	Бізнес-процеси, пов'язані з контролем	Сфера фінансово-економічної діяльності, технологічні процеси тощо

назвати дещо більший відсоток платного пошуку порівняно з переважною більшістю країн світу. Але в той же час є позитивною рисою регулярне збільшення рівня використання пошукових мобільних додатків туристичних компаній в Україні. Цей рівень в період до пандемії в 2020 році сягав 4-х балів, що є достатньо високим показником [4].

Докорінна зміна в діяльності туристичних підприємств і сфери індустрії гостинності в цілому відбулася завдяки активному впровадженню інноваційних технологій, в основі яких саме цифрові технології, застосування яких сприяє оптимізації процесів у менеджменті та управлінні завдяки доступності на різних їх рівнях, можливості зберігати значний обсяг інформації на відповідних носіях і керувати дистанційно. Завдяки застосуванню в туристичній діяльності цифрових технологій можуть відбуватися докорінні зміни як методичних, інформаційних, технологічних складових управлінських, виробничих і маркетингових процесів, а це має сприяти більш високому рівню результативності. Як стверджують Калініченко С., Грібнік А. та Аврята А. [6], на сучасному рівні цифрові рішення спрямовані на три основні спектри туристичної діяльності. Перш за все, це стосується напрямків «дослідження споживчого попиту та індивідуалізацію обслуговування». При цьому враховуються відповідні враження туриста. Особливо важливо завоювати прихильність туристів до певного бренду або окремого туристичного підприємства. Важливо забезпечити позитивні зміни технологій обслуговування туристів, що, здебільшого, можливо саме завдяки застосуванню цифрових технологій. Аналізуючи попит туристів, варто виокремити ту категорію, яка притримується сталих напрямків і пропозицій, а також тих, хто вишукує нові види послуг або туристичних продуктів і, скоріш за все, скористається актуальними інноваційними сервісами. Цифрові технології в туризмі належать до інноваційних і в цьому випадку важливо вирізняти класифікаційні чинники щодо поділу інновацій за видами. Застосовують інновації в туризмі «за трьома рівнями: макрорівень (рівень держави), мезорівень (рівень регіону) та мікрорівень (рівень суб'єктів туристичної діяльності)» [13]. Інноваційні цифрові технології в сфері туризму варто, зокрема, застосовувати в таких основних напрямках, як створення нових видів туристичних продуктів або зміни в організації створення та реалізації традиційного туристичного продукту [13].

Під час розроблення інноваційних туристичних продуктів інформаційні технології суттєво можуть впливати на такі сегменти видів і форм цифровізації, як: доповнена та віртуальна реальність, QR-коди, онлайн-бронювання, сенсорні дисплеї. Вагоме значення в сучасних умовах для забезпечення ефективної діяльності туристичних підприємств приділяється імплементації англійської мови за професійним спрямуванням для їх працівників, що зумовлює й більш активне використання різноманітних онлайн-програм, відео-уроків та інших форм навчання на основі цифрових технологій [24].

У сфері ІТ-технологій, медіа та телекомунікацій в Україні відбуваються також дослідження M&A угод. Для забезпечення підвищення конкурентоспроможності та швидкої адаптації до нових умов у конкурентному середовищі базовими формами стають злиття та поглинання корпоративних підприємств, що зумовлює потребу прийняття правильного та такого, що може сприяти кращій ефективності від застосування ІТ-технологій відповідного провайдера або ІТ-корпорації [16].

Отже, виклики та потреби часу зумовлюють туристичні підприємства застосовувати в своїй діяльності найбільш ефективні методи та інструменти, спрямовані на адаптацію людей до цифрового кібер-простору, враховуючи особистісні характерні людські риси, що базуються на синергії, інтеграційних методах людини та штучного інтелекту, когнітивних рисах біології людини та технічних засобів [4].

В табл. 3 відображено основні характерні ознаки найбільш популярних інформаційних технологій та цифрових програм в туризмі [17, с. 164].

Науковці в своїх дослідженнях стверджують про безпосередній вплив цифровізації туристичної інфраструктури на розвиток туризму [6]. Найбільш сучасні наукові дослідження щодо ролі для розвитку інформатизації туризму в глобальному середовищі, в першу чергу, на міжнародному туристичному ринку, доводять пріоритетність застосування в туристичній діяльності цифровізації як чинника стимулювання міжнародного співробітництва, спрямованого на розширення можливостей туризму, у тому числі завдяки реалізації технологічних і соціальних мега-трендів у світовій туристичній індустрії [2]. Серед переліку важливих питань, які стосуються важливості впровадження в туристичну діяльність цифрових технологій, варто наголосити на таких, як забезпечення «відповідності технологічним пакетам 4.0» і мега-трендам у подальшому; визначення характерних ознак «розумного виробництва та інноваційних SMART-туристичних продуктів. Також не менш важливим є потреба визначення економічної та соціальної ефективності й обґрунтування стратегічних рішень щодо «створення туристичної технологічної платформи» [2].

Під час аналізу рівня використання інформаційних технологій в туризмі досліджується й обсяг цифровізації на рівні урядів держав-членів ЮНВТО як на національному, так і на регіональному та місцевому рівнях. Завдяки останнім дослідженням науковці зробили висновки про те, що застосування цифрових даних сприяє стійкості та конкурентоспроможності туристичних напрямів [2].

Фахівці стверджують, що «програмне забезпечення багатьох GDS» в своїй основі має відносно старі технології, що не сприяє конкурентоздатності порівняно з сучасними інноваційними цифровими платформами. Країнами-лідерами в просуванні нових технологій з 1980 р. по теперішній час є США, країни ЄС, Японія, країни Скандинавії, Сінгапур, Китай, Республіка Корея, Індія [1, с. 102].

Таблиця 3 – Характерні ознаки популярних інформаційних технологій та цифрових програм в туризмі

Пор. №	Технологія/Додаток/Проект	Ознака
1	Технологія Big Data	Дозволяє обробляти великі обсяги інформації. Сприяє проведенню різних видів маркетингових аналітичних досліджень. Надає можливість отримувати вичерпну інформацію про мандрівників з метою стратегічного планування туроператора. Дозволяє забезпечити персоналізований підхід при роботі з клієнтами як одного з факторів забезпечення конкурентоспроможності туроператора.
2	Технологія Internet of Things	В основному використовуються в готельному бізнесі. Забезпечують комфортне перебування гостя в готелі на рівні з технологіями розумного будинку.
3	Додаток Voice of Customer (NeosVoc)	Дозволяє збирати та обробляти інформацію про переваги клієнтів з метою надання персоналізованого обслуговування.
4	Додаток компанії Mezi	Сприяє створенню маршруту ідеальної подорожі на основі аналізу повідомлень користувача, пошукових запитів та іншої інтернет-активності.
5	Технологія Booking.com	Надає сервіси віртуальних екскурсій готелями, в обрану точку планети.
6	Проект Winding Tree	В основі – блокчейн-платформа, що забезпечує взаємодію всіх учасників виробничого процесу. Використовується спрощений процес взаємодії без високої комісії додатковим посередникам. Гарантована безперебійна робота системи. За допомогою смарт-контрактів покупці та продавці об'єднуються на єдиному майданчику.
7.	Блокчейн платформа Travel Chain	Призначена для збору та обробки великих масивів інформації про туристів. Використання технології штучного інтелекту дозволяє забезпечувати персоналізоване обслуговування клієнтів.

Існує гіпотеза, що на розвиток міжнародного туризму суттєво впливають саме інноваційні технологічні трансформації [1]. При цьому враховується багатофункціональність системи міжнародного туризму, здатність до трансформації в результаті впливу «сучасних процесів глобалізації та цифровізації», а також вагомий потенціал для подальшого розвитку завдяки впровадженню цифрових технологій, інноваційних науково-технічних розробок.

Інтеграція цифрових технологій в туристичну діяльність передбачає розгалужений спектр напрямків, зокрема це може стосуватися семи основних сегментів (рис. 2) [17, с. 164].

На Всесвітньому економічному форумі за «Ініціативою з цифрових перетворень (ДП)» була оприлюднена амбітна програма щодо цифровізації протягом 2016–2025 років у таких секторах економіки, що безпосередньо стосуються й туризму, а саме в авіації, туризму

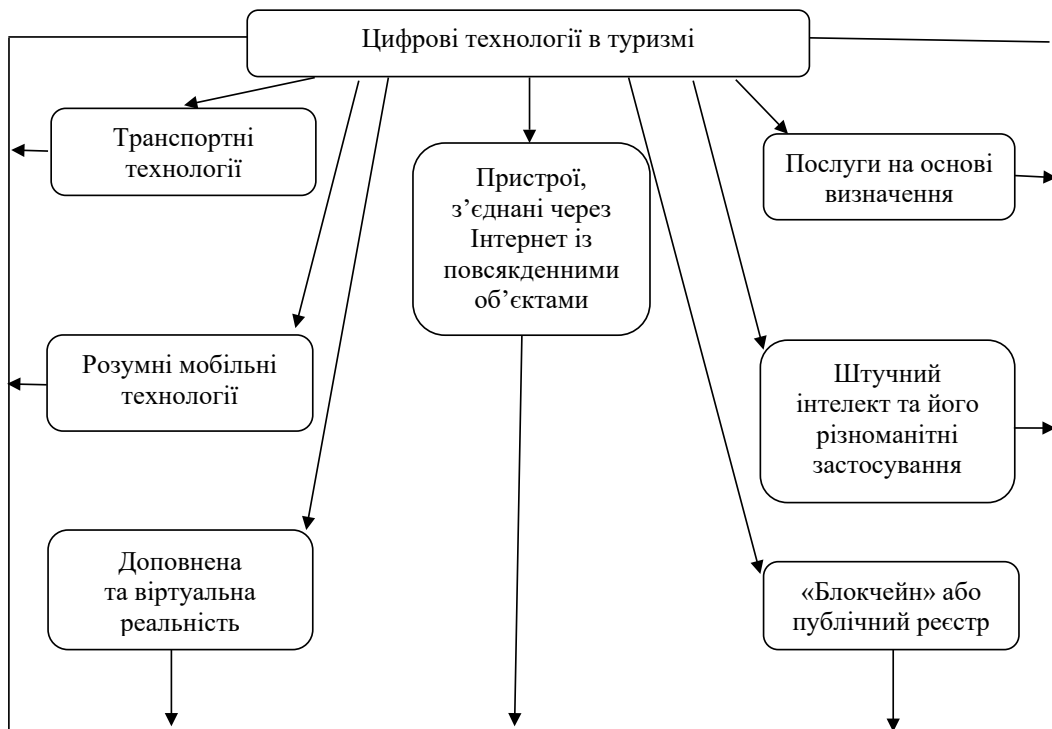


Рисунок 2 – Цифрові технології, інтегровані в туристичну індустрію

та подорожах, й передбачалося створення «додаткових 305 млрд. дол. за рахунок підвищення прибутковості галузі», а до нових компаній планувалося надходження 100 млрд. дол. [1]. Таким чином автоматизація процесів у багатьох сферах економіки створює умови для досягнення швидкості, цілодобового ритму роботи, а також одночасно й суттєвої економії людських ресурсів, часу та фінансів.

Висновки. Отже, за результатами дослідження підтверджено актуальність для кожного туристичного підприємства питання інноваційного розвитку, пов'язаного з важливістю впровадження цифрових технологій в їх діяльність в умовах конкуренції та впливу кризових явищ. У статті систематизовано теоретичну базу та методичні розробки, які стосуються аналізу інформаційного розвитку підприємств в сфері туризму та представлено аналіз теоретико-методичних розробок щодо сутнісної характеристики інформаційного розвитку підприємств в сфері туризму в сучасних умовах господарювання.

На основі розглянутої тематики доведено, що сучасні умови ведення бізнесу в сфері туризму та потреба бути конкурентоздатними зумовлюють більш глибоке вивчення та запровадження інформаційних технологій. Акцентовано увагу на досвіді міжнародних туристичних компаній та аналітичних показниках, які підтверджують доцільність та необхідність активізації в напрямку цифровізації вітчизняних туристичних підприємств й суб'єктів господарювання в індустрії туризму в цілому. Доведено доцільність пошуку індивідуального підходу до кожної вікової групи мандрівників, а також необхідність контролювати процеси ціноутворення в системі онлайн-бронювання та інших операційних пошукових баз.

Результати дослідження можуть бути корисними для туристичних підприємств, а також фізичних та юридичних осіб, які забезпечують в сфері туризму функціонування туристичної інфраструктури, сприяють формуванню якісного туристичного продукту.

Список використаних джерел:

1. Аврята А.В. Дослідження технологічних трансформацій і глобальної інформатизації туристичного бізнесу. *Наука і техніка сьогодні*. 2023. Випуск 3 (17). С. 97–109. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6025-2023-3\(17\)-97-109](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2023-3(17)-97-109) (дата звернення: 05.10.2023).
2. Аврята А.В. Міжнародні туристичні організації та їх роль у розвитку інформатизації туризму у глобальному середовищі. *Наукові інновації та передові технології*. 2023. Випуск 4 (18). URL: https://scholar.google.com/citations?view_or=view_citation&hl=en&user=bg9NujoAAAAJ&citation_for_view=bg9NujoAAAAJ:9yKSN-GCB0IC (дата звернення: 07.10.2023).
3. Базик Ю.О., Гострик О.М. Аналіз програмного забезпечення в сфері туристичних послуг. *Інформаційні технології в економіці і управлінні*: зб. наук. студ. праць. Одеса : ОНЕУ, 2021. Вип. 3. С. 40–47.
4. Гапоненко Г.І., Шульга Н.В. Сучасні тенденції та перспективи впровадження інформаційних технологій в туристичній галузі України. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2020. Вип. 11. С. 111–120. URL: <https://periodicals.karazin.ua/irtb/article/view/15913> (дата звернення: 05.10.2023).
5. Грибова Д.В. Розвиток туристичного бізнесу в Україні: теорія, методологія, практика : монографія. Мелітополь : Люкс, 2020. 384 с. URL: <http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/.pdf> (дата звернення: 05.09.2023).
6. Калініченко С., Грібнік А., Аврята А. Вплив цифровізації туристичної інфраструктури на розвиток регіонального туризму. *Scientific journal «Modeling the development of the economic systems»*. 2023. Випуск 1. С. 133–138. DOI: <https://doi.org/10.31891/mdes/2023-7-19> (дата звернення: 05.09.2023).
7. 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. Вип. 9. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2021/6.pdf (дата звернення: 07.09.2023).
8. Лисюк Т.В., Ройко Л.Л., Білецький Ю.В. Інноваційні інформаційно-комунікативні технології у сфері туризму. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-4326> (дата звернення: 07.09.2023).
9. Про електронні комунікації : Закон України від 12.01.2021 р. № 3014. Редакція від 29.07.2023, підстава – 3245-IX. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=68059 (дата звернення: 07.09.2023).
10. Про затвердження завдань Національної програми інформатизації на 2022–2024 роки : Постанова Верховної Ради України від 8 липня 2022 року № 2360-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2360-20#Text> (дата звернення: 07.09.2023).
11. Про інформацію : Закон України від 2 жовтня 1992 року № 2657-ХІІ. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 1992. № 48. Ст. 650. Редакція від 27.07.2023, підстава – 3005-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення: 08.10.2023).
12. Про національну програму інформатизації : Закон України від 01.12.2022 р. № 2807-IX. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/TM002768.html (дата звернення: 08.10.2023).
13. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР. Редакція від 01.04.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 08.10.2023).
14. Савіцька О.П., Савіцька Н.В. Сучасні тренди інноваційного розвитку сфери туризму в Україні. *Бізнес Інформ*. 2021. № 9. С. 124–130. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-9-124-130> (дата звернення: 08.10.2023).
15. Садова Н.В. Вплив цифровізації на розвиток туристичної індустрії. *Електронний журнал «Ефективна економіка»*. 2019. Вип. 9. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2019/45.pdf (дата звернення: 08.10.2023).
16. Середа О.О. Особливості злиття та поглинань корпоративних підприємств в сфері ІТ-технологій, медіа та телекомунікацій. *Макроекономічні механізми*. 2023. № 2 (100). С. 57–61. DOI: <https://doi.org/10.32782/mer.2023.100.09> (дата звернення: 10.10.2023).

17. Туристична діяльність в Україні. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/arch_tyr_dil.htm (дата звернення: 10.10.2023).
18. Худавердієва В.А. Тенденції впровадження цифрових технологій у сферу туризму. *Наука і техніка сьогодні*. 2022. № 10(10). С. 158–171. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6025-2022-10\(10\)-158-171](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2022-10(10)-158-171) (дата звернення: 10.10.2023).
19. Шайфлер В.С., Гострик О.М. Розвиток та впровадження інформаційних технологій на підприємствах туристичної сфери. *Інформаційні технології в економіці і управлінні* : зб. наук. студ. праць. Одеса : ОНЕУ, 2020. Вип. 2. С. 36–43. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/323918263.pdf> (дата звернення: 10.10.2023).
20. Шевелюк М.М. Цифровізація у сфері туризму: інноваційні тренди і пріоритетні напрями розвитку. *Питання культурології*. 2021. № 38. С. 226–235.
21. Яковенко Р.В. Управління процесами інформатизації в Україні. URL: <https://tusovka.kr.ua/news/2022/05/19/upravlinnja-protsesami-informatizatsii-v-ukraini> (дата звернення: 10.10.2023).
22. Barabas D.O., Panasiuk O.O., Kryvonos A.I. Formation of the company's digital competitive advantages. *Механізм регулювання економіки. Інноваційні процеси в економіці*. 2023. № 2 (100). С. 12–18. DOI: <https://doi.org/10.32782/mer.2023.100.02> (дата звернення: 10.10.2023).
23. Digital 2023: Global Overview Report – DataReportal. 2023. URL: <https://datareportal.com>
24. Dubel M.V. Optimisation of digital distribution business processes. *Механізм регулювання економіки*. 2023. № 3 (101). Р. 5–11. DOI: <https://doi.org/10.32782/mer.2023.101.01> (дата звернення: 10.10.2023).
25. Dziubata Z. Labour market trends teaching in tourism industry in the context of eurointegration processes. *Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного (економічні науки)*. 2022. № 1(46). С. 44–51. DOI: <https://doi.org/10.31388/2519-884X-44-5> (дата звернення: 10.10.2023).
26. Melnyk L.H., Matsenko O.M., Kalinichenko L.L., Holub A.V., Sotnyk I.M. Instruments for ensuring the phase transition of economic systems to management based on industries 3.0, 4.0, 5.0. *Механізм регулювання економіки*. 2023. № 1 (99). С. 34–40. DOI: <https://doi.org/10.32782/mer.2023.99.06> (дата звернення: 10.10.2023).
27. Melnyk L.H., Rozghon Y.V., Kubatko O.V., Kalinichenko L.L., Derykolenko O.M. Vectors of restructuring of economic systems in the course of digital transformations. *Механізм регулювання економіки*. 2023. № 2 (100). С. 5–11. DOI: <https://doi.org/10.32782/mer.2023.100.01> (дата звернення: 11.10.2023).

References:

1. Avryata A. V. (2023) Doslidzhennia tekhnolohichnykh transformatsii i hlobalnoi informatyzatsii turystychnoho biznesu [Research on technological transformations and global informatization of the tourism business]. *Science and Technology Today*, no. 3 (17), pp. 97–109. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6025-2023-3\(17\)-97-109](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2023-3(17)-97-109) (in Ukrainian)
2. Avryata A. V. (2023) Mizhnarodni turystychni orhanizatsii ta yikh rol u rozvytku informatyzatsii turyzmu u hlobalnomu seredovyshchi [International tourism organizations and their role in the development of tourism informatization in the global environment]. *Naukovi innovatsii ta peredovi tekhnolohii*, no. 4 (18). Available at: https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=bg9NujoAAAAJ&citation_for_view=bg9NujoAAAAJ:9yKSN-GCB0IC (in Ukrainian)
3. Bazyk Y. O., Gostryk O. M. (2021) Analiz prohramnoho zabezpechennia v sferi turystychnykh posluh [Analysis of software in the field of travel services]. *Information technologies in economics and management: a collection of scientific student works*. Odessa: ONEU, no. 3, pp. 40–47. (in Ukrainian)
4. Haponenko H. I., Shulha N. V. (2020) Suchasni tendentsii ta perspektyvy vprovadzhennia informatsiinykh tekhnolohii v turystychnii haluzi Ukrainy [Modern trends and prospects for the introduction of information technologies in the Ukrainian]. *Tourism industry International Relations. Economics. Country Studies. Tourism (IRECST)*, no. 11, pp. 111–120. Available at: <https://periodicals.karazin.ua/irtb/article/view/15913> (in Ukrainian)
5. Grybova D. V. (2020) *Rozvytok turystychnoho biznesu v Ukraini: teoriia, metodolohiia, praktyka* [Development of tourist business in Ukraine: theory, methodology, practice]: monograph. Melitopol: Lux, 384 p. Available at: <http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/14577/1/%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F%20%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B1%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%B4%D1%80%D1%83%D0%BA.pdf> (in Ukrainian)
6. Kalinichenko S., Gribnyk A., Avriata A. (2023) Vplyv tsyfrovizatsii turystychnoi infrastruktury na rozvytok rehionalnoho turyzmu [The effect of digitalization of the tourist infrastructure on the development of regional tourism]. *Scientific journal "Modeling the development of the economic systems"*, no. 1, pp. 133–138. DOI: <https://doi.org/10.31891/mdes/2023-7-19> (in Ukrainian)
7. Knyazevych A. O., Dyachenko L. A., Kraichuk S. O., Demydyuk S. M. (2021) Informatsiini tekhnolohii yak kliuchova skladova systemy komunikatyvnoho menezhmentu pidpriemstv turystychnoi haluzi [Information technologies as a key component of the communication management system of tourism enterprises]. *Electronic scientific professional publication "Effective Economy"*, no. 9. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2021/6.pdf (in Ukrainian)
8. Lysiuk T. V., Royko L. L., Biletsky Yu. V. (2022) Innovatsiini informatsiino-komunikatyvni tekhnolohii u sferi turyzmu [Innovative information and communication technologies in the sphere of tourism]. *Economy and society*, no. 43. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-4326> (in Ukrainian)
9. Pro elektronni komunikatsii [On electronic communications]: Law of Ukraine dated January 12, 2021 No. 3014. Revision dated July 29, 2023, basis – 3245-IX. Available at: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=68059 (in Ukrainian)
10. Pro zatverdzhennia zavdan Natsionalnoi prohramy informatyzatsii na 2022–2024 roky [On the approval of the tasks of the National Informatization Program for 2022–2024]: Resolution of the Verkhovna Rada of Ukraine dated July 8, 2022 No. 2360-IX. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2360-20#Text> (in Ukrainian)

11. Pro informatsiiu [About information]: Law of Ukraine of October 2, 1992. No. 2657-XII. *Information of the Verkhovna Rada of Ukraine (VVR)*, 1992, No. 48, Article 650. Edition of 07/27/2023, basis – 3005-IX. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (in Ukrainian)
12. Pro natsionalnu prohramu informatyzatsii [On the Concept of the National Informatization Program]: Law of Ukraine dated February 4, 1998 No. 75/98-VR. (1998) *Information of the Verkhovna Rada of Ukraine (VVR)*, No. 27-28, Article 182. Editorial from 12/16/2020. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/75/98-%D0%B2%D1%80#Text> (in Ukrainian)
13. Pro turyzm [On tourism]: Law of Ukraine dated September 15, 1995 No. 324/95-VR. Edition of 01.04.2023, basis – 1441-IX. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (in Ukrainian)
14. Savitska O. P., Savitska N. V. (2021) Suchasni trendy innovatsiinoho rozvytku sfery turyzmu v Ukraini [Current trends in the innovative development of tourism in Ukraine]. *Business Inform*, no. 9, pp. 124–130. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-9-124-130> (in Ukrainian)
15. Sadova N. V. (2019) Vplyv tsyfrovizatsii na rozvytok turystychnoi industrii [The impact of digitalization on the development of the tourism industry]. *Electronic journal "Effective Economy"*, no. 9. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2019/45.pdf (in Ukrainian)
16. Sereda O. O. (2023) Osoblyvosti zlyttia ta pohlynan korporatyvnykh pidpriemstv v sferi IT-tekhnologii, media ta telekomunikatsii [Features of mergers and acquisitions of corporate enterprises in the sphere of it technologies, media and telecommunications]. *Macroeconomic mechanisms*, no. 2 (100), pp. 57–61. DOI: <https://doi.org/10.32782/mer.2023.100.09> (in Ukrainian)
17. Turystychna diialnist v Ukraini [Tourist activity in Ukraine]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/arch_tyr_dil.htm (in Ukrainian)
18. Khudaverdiyeva V. A. (2022) Tendentsii vprovadzhennia tsyfrovyykh tekhnologii u sferu turyzmu [Trends of implementation of digital technologies in the sphere of tourism]. *Science and Technology Today*, no. 10(10), pp. 158–171. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6025-2022-10\(10\)-158-171](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2022-10(10)-158-171) (in Ukrainian)
19. Scheifler V. S., Gostryk O. M. (2020) Rozvytok ta vprovadzhennia informatsiinykh tekhnologii na pidpriemstvakh turystychnoi sfery [Development and implementation of information technologies at tourism enterprises]. *Information technologies in economics and management: a collection of scientific student works*. Odesa: ONEU, vol. 2, pp. 36–43. Available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/323918263.pdf> (in Ukrainian)
20. Shevelyuk M. M. (2021) Tsyfrovizatsiia u sferi turyzmu: innovatsiini trendy i priorytetni napriamy rozvytku [Digitalization in tourism: innovative trends and priority areas of development]. *Issues of Culturology*, no. (38), pp. 226–235. (in Ukrainian)
21. Yakovenko R. V. (2022) Upravlinnia protsesamy informatyzatsii v Ukraini [Management of informatization processes in Ukraine]. Available at: <https://tusovka.kr.ua/news/2022/05/19/upravlinnja-protsesami-informatyzatsii-v-ukraini> (in Ukrainian)
22. Barabas D. O., Panasiuk O. O., Kryvonos A. I. (2023) Formation of the company's digital competitive advantages. *The mechanism of economic regulation*, no. 2 (100), pp. 12–18. DOI: <https://doi.org/10.32782/mer.2023.100.02>
23. Digital 2023: Global Overview Report – DataReportal (2023). Available at: <https://datareportal.com>
24. Dubel M. V. (2023) Optimisation of digital distribution business processes. *Innovation processes in the economy. The mechanism of economic regulation*, no. 3 (101), pp. 5–11. DOI: <https://doi.org/10.32782/mer.2023.101.01>
25. Dziubata Z. (2022) Labour market trends teaching in tourism industry in the context of eurointegration processes. *Collection of scientific papers of the Dmytro Motorny TSATU (economic sciences)*, no. 1(46), pp. 44–51. DOI: 10.31388/2519-884X-44-5
26. Melnyk L. H., Matsenko O. M., Kalinichenko L. L., Holub A. V., Sotnyk I. M. (2023) Instruments for ensuring the phase transition of economic systems to management based on industries 3.0, 4.0, 5.0. *The mechanism of economic regulation*, no. 1 (99), pp. 34–40. DOI: <https://doi.org/10.32782/mer.2023.99.06>
27. Melnyk L. H., Rozghon Y. V., Kubatko O. V., Kalinichenko L. L., Derykolenko O. M. (2023) Vectors of restructuring of economic systems in the course of digital transformations. *The mechanism of economic regulation*, no. 2 (100), pp. 5–11. DOI: <https://doi.org/10.32782/mer.2023.100.01>

Serhii Petrenko

Cherkasy State Technological University

ANALYSIS OF INFORMATION DEVELOPMENT OF ENTERPRISES IN THE SPHERE OF TOURISM

The article systematizes the theoretical base and methodological developments related to the analysis of information development of enterprises in the field of tourism. The analysis of theoretical and methodological developments regarding the essential characteristics of the information development of enterprises in the field of tourism in modern economic conditions is presented. The purpose of the article is to consider and formulate, on the example of tourist enterprises, the main analytical indicators of the information development of enterprises in the field of tourism during the last few years. The subject of the study is the theoretical and methodological principles of the information development of enterprises in the field of tourism. The object of the research is the information support system of tourist enterprises. Using the example of tourism enterprises, methods and forms of analysis of the state of informatization of enterprises in the field of tourism were studied. Analytical, statistical methods, methods of comparison, etc. were used during the scientific research, in particular, with the aim of deeper research into the essence of the information environment in tourism, methods of analysis and synthesis were used; the use of methods of observation and theoretical generalization contributed to the identification of special features and features regarding technology and models of information technology implementation in the activities of enterprises in the field of tourism; statistical method was used to analyze the current state of information technologies in the field of tourism; tabular and graphic techniques are used to form and display relationships between various segments in the activities of tourist enterprises. On the basis of the considered topic, it is proved that the modern conditions of doing business in the field of tourism and the need to be competitive require a deeper study and introduction of information technologies. Attention is focused on the experience of international tourism companies and analytical indicators that confirm the expediency and necessity of activation in the direction of digitalization of domestic tourism enterprises and business entities in the tourism industry as a whole. The article focuses on the experience of international travel companies and analytical indicators that confirm the feasibility and necessity of intensifying the digitalization of domestic tourism enterprises and business entities in the tourism industry as a whole. Attention is focused on the experience of international travel companies and analytical indicators that confirm the feasibility and necessity of intensifying the digitalization of domestic tourism enterprises and business entities in the tourism industry as a whole. The article examines the methods and means of robotization in the tourism industry, collection and analysis of significant amounts of data, which play a positive role for enterprises in a competitive environment and allow them to increase productivity and efficiency, automate a number of repetitive operations, etc. The results of the research can be useful for tourist enterprises, as well as individuals and legal entities that ensure the functioning of tourist infrastructure in the field of tourism, contribute to the formation of a quality tourist product.

Key words: website, virtual reality, digitization, innovative information activity, innovative development, innovative technologies, innovation, Internet, information technologies, mobile applications, modeling of business processes, sphere of tourism, tourism, tourism industry, tourist activity, tourist service, tourist enterprises, digital infrastructure.

Статтю подано до редакції 24.11.2023