

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-26>

УДК 338.48

# ІННОВАЦІЙНІ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

## INNOVATIVE INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN THE SPHERE OF TOURISM

**Лисюк Тетяна Василівна**кандидат педагогічних наук, доцент,  
Волинський національний університет імені Лесі Українки  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1629-9652>**Ройко Лариса Леонідівна**кандидат педагогічних наук, доцент,  
Волинський національний університет імені Лесі Українки  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7318-0925>**Білецький Юрій Валентинович**кандидат біологічних наук, доцент,  
Волинський національний університет імені Лесі Українки  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0477-4196>**Lysiuk Tetiana, Royko Larysa, Biletsky Yuri**  
Lesya Ukrainka Volyn National University

Доведено, що інноваційна інформаційна діяльність у сфері туризму спрямована на створення нового або зміну існуючого продукту, на вдосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій і сучасних форм організаційно-управлінської діяльності. Обґрунтовано, що новітні інформаційні технології стають визначальними факторами для конкурентоспроможності індустрії туризму та активізації обмінів з іншими секторами економіки, що з нею пов'язані. Визначено, що інновація як процес або як продукт може стати однією з головних статей доходу підприємства, істотно впливаючи на збільшення прибутку. Чим вищий потенціал нововведень, тим вищий очікуваний реальний прибуток. Поява сучасних засобів інформації та зв'язку зумовило суттєвий вплив на суспільне виробництво і побут людей. Нині сучасну туристичну діяльність і роботу туристичних підприємств не можна уявити без мережі Інтернет. Сучасна аудіо-відео-техніка істотно змінила технологію менеджменту, а процес управління здійснюється у режимі реального часу. Таким чином, відбувається інтеграція інформаційних інструментів і послуг у всіх видах туристичної діяльності, зокрема, малими підприємствами. Їх використання державними і приватними туроператорами, особливо малими та середніми підприємствами, посилюється і проявляється у підвищенні обізнаності та партнерських ініціативах, а також належному використанні різних національних і європейських програм.

**Ключові слова:** інноваційна інформаційна діяльність, інноваційні технології, туристична діяльність, сфера туризму, туристичні підприємства.

It has been proven that innovative information activities in the field of tourism are aimed at creating a new or changing an existing product, improving transport, hotel and other services, developing new markets, introducing advanced information and telecommunication technologies and modern forms of organizational and management activity. It is justified that the latest information technologies are becoming determining factors for the competitiveness of the tourism industry and the activation of exchanges with other sectors of the economy related to it. It was determined that innovation as a process or as a product can become one of the main income items of the enterprise, significantly influencing the increase in profit. The higher the innovation potential, the higher the expected real profit. The emergence of modern means of information and communication caused a significant impact on social production and people's lives. Today, modern tourist activity and the work of tourist enterprises cannot be imagined without the Internet. Modern audio-video technology has significantly changed management technology, and the management process is carried out in real time. Thus, information tools and services are being integrated in all types of tourism activities, in particular, by small businesses. Their use by public and private tour operators, especially small and

medium-sized enterprises, is increasing and is manifested in awareness raising and partnership initiatives, as well as the proper use of various national and European programs. It examines how the tourism industry has responded to various forces of change by adopting a new paradigm that embraces tourism-led innovation. The widespread use of CRM applications, the use of social media/user media, videos, blogs and tweets, and customer-driven innovation (CDI) to create new travel products have become a driving force in tourism. Technological progress creates new materials and allows machines and everyday objects to become "smart". The move towards open systems will allow all these technologies to interact with each other, leading to new opportunities for streaming travel processes. All of these developments are coming together to create a brave new world that may be even more powerful than the rise of the Internet and social media. The revolution of the past two decades seems to have taken place and now offers both travelers and the tourism industry the means to realize a future that was only imagined a few years ago.

**Keywords:** innovative information activity, innovative technologies, tourist activity, the field of tourism, tourist enterprises.

**Постановка проблеми.** У нинішню епоху цифрової еволюції є гострим та актуальним питання інноваційних зрушень у механізмі обслуговування клієнтів та особливостях сервісу у туристичному бізнесі. Широке впровадження у господарську діяльність інноваційних продуктів стало ключовим фактором економічного зростання і покращення якості обслуговування туристів.

Застосування інформаційних систем і поширення інформації у туристичному секторі є одним з актуальних питань сьогодення. На сучасному етапі професійне, особисте життя та розвиток бізнесу не можна уявити без інформаційних систем. Реалізація туристичного продукту потребує таких інноваційних інформаційних технологій, які можуть протягом короткого часу надати інформацію про розміщення туристів, можливості бронювання, оренду транспорту, бронювання квитків та інші послуги.

Процес глобалізації зумовлює стрімке розширення потоку інформації, результатом якого є побудова інформаційного суспільства. Зрозуміло, що поява інформаційних систем була зумовлена рівнем розвитку комп'ютерних технологій та зміною очікувань і потреб користувачів. Незважаючи на бурхливий розвиток інноваційних інформаційних технологій лише з середини 1990-х років вони набули важливого значення у діяльності туристично-екскурсійних організацій, оскільки більшість із них почали активно використовувати Інтернет. Для підприємств Інтернет дав змогу без особливих зусиль отримувати доступ до великих груп споживачів, надавати конкретну інформацію про пропонувані продукти, безпечно поширювати подробиці про свою діяльність, швидко й ефективно отримувати запити клієнтів, замовляти необхідні послуги, а також зменшити фінансові витрати на виробництво та розповсюдження друкованих матеріалів.

Сектор туризму та відпочинку став зрілим ринком, який потребує змін у передачі інформації. Інновації, на думку дослідників включають багато учасників, які сприяють розробці продукту та управлінню мережею.

Застосування інноваційних інформаційних систем покращує діяльність туристичних підприємств, координує функціональні та бізнес-напрямки, підвищує конкурентоспроможність у туристичному бізнесі та сприяє більшому потоку туристів. Сучасні інформаційні системи стратегічно допомагають підприємствам приймати правильні рішення, і завдяки їм туристичні регіони можуть реалізувати все, що вони мають, представивши себе потенційним туристам: музеї, пам'ятки архітектури, різноманітні культурні та спортивні заходи, фестивалі та ін.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням теоретичних аспектів інноваційної політики підприємств займаються такі вчені: Г. Долга [1], А. Татаринцева [2], Н. Погуда, О. Розметова [3], В. Дударенко, Т. Примак [4], А. Кравченко, С. Костючик [5] і ін.

Проте, подальшого дослідження потребують питання застосування інноваційних інформаційних технологій у діяльності туристичних підприємств.

**Формулювання цілей статті.** Проаналізувати теоретичні аспекти застосування інноваційних інформаційних технологій у сфері туризму.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Одна з галузей, яку кардинально змінила сфера діджиталізації – це туристичний сегмент. Навіть найскладніші продукти цієї індустрії тепер доступні в режимі uber. Усі агентські послуги незабаром все ж перейдуть у режим електронної комерції. Галузь змінюється під дією глобальних трендів: персоналізації, автоматизації, використання великих даних та штучного інтелекту, а також інструментів AR/VR, розширеного користувацького досвіду [4].

Технології є важливою частиною індустрії туризму та подорожей, допомагаючи підприємствам у повсякденній роботі, а також покращуючи досвід клієнтів. Надзвичайно важливо, щоб готелі, авіакомпанії, ресторани та інші компанії йшли в ногу з останніми технологічними тенденціями в туристичній індустрії. Мотиви, що стоять за впровадженням туристичних технологій, включають авто-

матизацію подорожей і пов'язаних процесів, економію часу, скорочення витрат і створення більш зручних подорожей для споживачів. Технологія може бути використана для покращення досвіду клієнтів до, під час і після самої поїздки.

Нові технології, зокрема голосовий пошук, віртуальна та доповнена реальність, технологія розпізнавання обличчя та Інтернет речей,

Таблиця 1

**Функції та комунікації туристичної індустрії,  
які сприяють застосуванню інноваційних інформаційних технологій**

<p align="center"><b>Внутрішньоорганізаційні комунікації та функції</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Управління:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>- стратегічне планування;</li> <li>- аналіз конкуренції;</li> <li>- фінансове планування та контроль;</li> <li>- маркетингове дослідження;</li> <li>- маркетингова стратегія;</li> <li>- цінове рішення і тактика;</li> <li>- середньострокове планування та зворотній зв'язок;</li> <li>- статистика / звіти;</li> <li>- оперативний контроль;</li> <li>- функції управління.</li> </ul> </li> <li>• <i>Спілкування між відділами:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>- мережі та інформація;</li> <li>- обмін інформацією;</li> <li>- координація персоналу;</li> <li>- оперативне планування;</li> <li>- облік / рахунки;</li> <li>- нарахування заробітної плати;</li> <li>- управління поставками.</li> </ul> </li> <li>• <i>Зв'язок і функція з філіями:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>- координація операцій;</li> <li>- наявність / ціна / інформація;</li> <li>- замовлення;</li> <li>- частка спільного ресурсу;</li> <li>- база даних для замовника та наявність необхідної інформації.</li> </ul> </li> </ul>	<p align="center"><b>Міжорганізаційні комунікації та функції</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Постачальники туристичного продукту та посередники</i></li> <li>• <i>Організація перед поїздкою:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>- загальна інформація;</li> <li>- запити про наявність / ціни;</li> <li>- переговори і торг;</li> <li>- бронювання та підтвердження;</li> <li>- додаткові послуги.</li> </ul> </li> <li>• <i>Документи, пов'язані з подорожами</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>- списки груп / відвідувачів;</li> <li>- квитанції / документи;</li> <li>- виготовлення ваучерів та квитків;</li> </ul> </li> <li>• <i>Посторганізація поїздок</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>- платежі та комісії;</li> <li>- відгуки та пропозиції;</li> <li>- розгляд скарг.</li> </ul> </li> </ul>
<p align="center"><b>Зв'язок споживача з туризмом</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Електронна торгівля</i></li> <li>• <i>Поради щодо подорожей</i></li> <li>• <i>Запит</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>- наявність / ціна / інформація.</li> </ul> </li> <li>• <i>Бронювання та підтвердження</i></li> <li>• <i>Поправки для бронювання</i></li> <li>• <i>Депозити та повні розрахунки</i></li> <li>• <i>Індивідуальні прохання / запити</i></li> <li>• <i>Відгуки / скарги</i></li> <li>• <i>Кредитні картки</i></li> <li>• <i>Інші бізнес-послуги</i></li> <li>• <i>Розваги та спілкування</i></li> </ul>	<p align="center"><b>Договори туристичного підприємства з іншими підприємствами</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Інші постачальники та допоміжні підприємства:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>- послуги;</li> <li>- щеплення;</li> <li>- формальності та віза.</li> </ul> </li> <li>• <i>Страхові компанії</i></li> <li>• <i>Прогнозування погоди</i></li> <li>• <i>Банківські / фінансові послуги.</i></li> </ul>

Джерело: побудовано авторами на основі [4]

призвели до впровадження розумних динаміків у готелях, турів у віртуальній реальності від туристичних компаній, а також нових безперебійних способів реєстрації, без необхідності стояти в черзі та спілкуватися з працівниками стійки реєстрації.

За умов ефективного застосування інноваційних інформаційних технологій можна підвищити моральний дух персоналу, управлінську ефективність, продуктивність і, зрештою, прибутковість туристичних підприємств. Інноваційні інформаційні технології,

що застосовуються у системі туризму підвищують ефективність і якість послуг що надаються, та призведуть до нових комбінацій туристичних послуг. Такі технології можна використовувати не тільки в оперативних цілях, а й для тактичного та стратегічного управління [3].

Це дасть можливість менеджерам підприємств сфери туризму спілкуватися безпосередньо та ефективніше з потенційними клієнтами та постачальниками, а також досягати конкурентних переваг (табл. 1).

Таблиця 2

## Інноваційні інформаційні технології у сфері туризму

№ п/п	Назва інновації	Характеристика інновації
1	2	3
1.	Штучний інтелект та персоналізація онлайн	Штучний інтелект сьогодні – це здатність машин і програм аналізувати отриману інформацію, робити висновки, приймати на їх основі рішення. Ключова характеристика – уміння постійно навчатися, накопичувати знання і успішно застосовувати їх, тобто це здатність до тих дій, які виконує людський мозок. Штучний інтелект та нейромережі спрощують вибір послуг перевізників, економлять час та сили планування подорожі. Бот може самостійно забронювати білет на наступний рейс, у випадку, коли з поточним рейсом стався форс-мажор. Система знайде найбільш актуальну пропозицію, згідно з параметрами попереднього вибору користувача.
2.	Chatbots	Віртуальний співрозмовник, програма-співрозмовник, чат-бот – програма, яка з'ясовує потреби користувачів та допомагає задовольнити їх. Автоматичне спілкування з користувачем здійснюється за допомогою тексту або голосу. У туристичному секторі перші взаємодії, делеговані чат-боту, були використані для підтримки пошуку порад та інформації (наприклад, години роботи) місцевих ресторанів та базової підтримки обслуговування клієнтів. В епоху штучного інтелекту така можливість безцінна, оскільки дозволяє надання індивідуальних рекомендацій користувачам, сприяє інтерактивним діалогам між технологіями чат-ботів і клієнтами в індустрії туризму.
3.	Blockchain	У той час як технологія Blockchain руйнує багато галузей промисловості, вона особливо підходить для індустрії туризму і подорожей через її низьку вартість використання, яка усуває посередників і комісійні збори. Дана технологія передбачає взаємозв'язок авіакомпанії, аеропорту, туристичного підприємства і туриста для того, щоб дуже чітко передавати дані від одного каналу до іншого і безпомилково визначити, на якому етапі перебуває багаж, а в разі втрати, – яким чином можна його знайти. Окрім цього, технологія Blockchain дозволяє брати участь у програмах лояльності, здійснювати моментальні платежі, проходити ідентифікацію особистості за допомогою децентралізованого поширення даних. Сфера туризму може використовувати Blockchain для зберігання загальнодоступної інформації про якість готелів, для обробки транзакцій за покупку квитків та бронювання житла, для створення баз зберігання посвідчення особи і ін.

Продовження Таблиці 2

1	2	3
4.	Rome2Rio	Сервіс для мультимодального планування – це Rome2Rio. Користувач вказує початок та кінець маршруту, за допомогою одного кліку отримує усі доступні варіанти транспортування з моніторингом часу в дорозі та приблизною ціною. Спосіб подорожування у цього сервісу дуже багато: від літаків та кораблів, до потягів, автобусів, таксі та навіть піших маршрутів. Крім цього, можна підібрати житло протягом усього маршруту, дізнатися про визначні пам'ятки, орендувати автомобіль в обраному регіоні.
5.	Big Data	Сервіси, що спеціалізуються на мультимодальних перевезеннях, збирають актуальні дані від усіх заявлених перевізників, постійно оновлюючи розклад, вартість білетів, час відправлення, тощо. Велика частка даних зіставляє саме персональні переваги користувачів: чат-боти пояснюють, які види транспорту обирає людина, який у нього графік (якщо це бізнес-подорож), інформацію про сім'ю та попутників. Наступне бронювання буде відбуватися з врахуванням цієї інформації: система пропонує мінімальний вибір, виключаючи невідповідні варіанти. Завдяки AI-алгоритмам мультимодальні сервіси здатні забезпечити високу точність з'єднань, аж до виклику таксі до станції метро в певний період.
6.	Tourismembassy® & Toumsy®	Сервісна платформа Tourismembassy® & Toumsy® надає інформацію про туристичну індустрію та останні тенденції, які її формують. Така інформація корисна для тих, хто керує готелями, туристичними підприємствами, оскільки допомагає управлінцям удосконалювати свої фірми, щоб відповідати майбутнім тенденціям та змінам. Tourismembassy® & Toumsy® надає точну інформацію мандрівникам, які збираються подорожувати у певному напрямку. Для тих, хто збирається йти на канікули або у відпустку, ця платформа інформує про різні варіанти організації туристичних подорожей. Цей ресурс має детальну інформацію про кожен напрямок відпочинку, кожен пункт призначення, включаючи те, як дістатися туди, що побачити, де жити, і харчуватися. Інформація про пропозиції круїзів та круїзні пакети також доступні на ресурсі. Сервісна платформа Tourismembassy® & Toumsy® необхідна для всіх, хто пов'язаний прямо чи опосередковано з туристичною індустрією.
7.	VR & AR	Віртуальний туризм являє собою новий вид туризму, в якому використовуються 3D, 4D, 5D, 7D ефекти, інноваційні програми, сферичні панорами, за допомогою яких можна подорожувати. З віртуальною реальністю в наше життя щільно увійшла і доповнена реальність (AR). Вона поєднує в собі віртуальні елементи з реальним досвідом. Тенденції AR-подорожей включають відвідування музейний експонатів, що легко реалізується за допомогою смартфонів.
8.	IoT	Технологія – Інтернет речей. IoT вже сьогодні використовується в готельних номерах, коли процедура заселення і відкриття дверей у номер відбувається без ключа і навіть без check-in, а за допомогою тільки мобільного пристрою (Online hotel check-in & Smart Key).
9.	Hotel Finder	Сервіс Hotel Finder, створений програмістами компанії Google на основі відомого вже продукту ITA Software. Основне завдання цього сервісу полягає у пошуку необхідного готелю за параметрами, які введені користувачем. Сервісна програма шукає готелі за місцем розташування, ціною, кількістю зірок, відгуками клієнтів та наявних знижок на розміщення. Користувачі можуть переглянути фото відібраних готелів, записати їх адреси та телефони, а також забронювати номер, не виходячи з дому, завітавши на сайти партнерів Google, зокрема, Priceline або Travelocity.

Джерело: побудовано авторами на основі [1]



На сучасному етапі існують інноваційні інформаційні системи і додатки, які допомагають комунікувати між туристичними підприємствами. Електронний обмін даними забезпечує передачу структурованих даних за допомогою узгоджених стандартів спілкування. Системи бронювання та глобальні системи розподілу також є додатками, які розширюють можливості спілкування між туристичними

агентствами та іншими підприємствами, зокрема авіакомпаніями, готелями та фірмами з прокату автомобілів.

Крім того, системи управління бронюванням допомагають об'єднати управління та маркетинг, і, таким чином, сприяють міжорганізаційним комунікаціям. Туристичні організації можуть підвищити свою ефективність шляхом розширення можливостей свого стра-

Таблиця 3

## Платформи Blockchaina

1.	Winding Tree	Winding Tree – це децентралізована мережа розподілу туристичних послуг, побудована на основі Blockchaina, яка здатна підвищувати ефективність і зручність взаємодії покупців і продавців за допомогою смарт-контрактів та інших інструментів з відкритим вихідним кодом.
2.	Travelflex	Travelflex – це додаток, який має вбудований функціонал для вирішення проблем туристів таких як здійснення платежів з низькою комісією і безпечне зберігання коштів, або надання зручного способу комунікації, що передбачає інтеграцію з соціальними мережами.
3.	MeetnGreetMe	MeetnGreetMe – система, яка концентрується на підвищенні зручності та простоти використання туристичних послуг, пропонуючи створення глобальної платформи, де кожен мандрівник зможе отримати консьерж-послуги, персонально підібрані під його потреби і бюджет.
4.	Cool Cousin	Cool Cousin (CUZ) – технологія, яка представляє собою мобільний додаток і за своїм принципом роботи багато в чому нагадує тематичні форуми, де туристи діляться своїми враженнями від відвідування тієї чи іншої країни, міста, курорту. Додаток адресовано в першу чергу тим, хто вважає за краще самостійно планувати відпочинок, заздалегідь проклавши маршрут.
5.	Concierge	Concierge (CGE) – проект, створений на основі технології Blockchaina, на децентралізованій платформі NEO, являє собою мобільний додаток для користувачів, які збираються у відпустку. За допомогою програми є можливість забронювати готель в будь-якій країні світу без комісії.
6.	Crystabaya	Crystabaya є розширеною платформою, що спеціалізується у галузі готельного менеджменту та туризму, яка забезпечує більш повний досвід роботи з багатьма додатковими послугами. Crystal Bay Group займається міжнародним та внутрішнім туризмом; управління та експлуатація готелів-курортів, розвиток різноманітних видів туризму та інвестування в екосистеми туристичної нерухомості.
7.	Visit World	Visit World – це сервісна платформа для туристів, мігрантів, де зібрано всю актуальну інформацію про правила перетину кордону кожної країни світу. Кваліфікована допомога надається безкоштовно 7 мовами у зручний для клієнта час. Вся інформація структурована, тому громадянин кожної країни зможе знайти для себе інформацію про правила перетину кордону, а також легальне перебування з будь-якою метою у будь-якій державі світу.
8.	Smart Trip	Smart Trip – платформа, яка дозволить користувачам повністю спланувати свою подорож за кордон, у тому числі забронювати квитки на літак, номер у готелі та будь-яку екскурсію. Також творці Smart Trip мають намір запропонувати своїм користувачам інтерактивний розмовник, що складається носіями мови, сервіс активованого голосом машинного перекладу та систему рекомендацій, які дозволять уникнути проблем із місцевим населенням чи правоохоронцями, а також знайти відповідний ресторан чи маловідому пам'ятку. У майбутньому платформа також має намір випустити власну дебетову картку з токенами TASH, якою можна буде розраховуватися під час подорожей за будь-які послуги.

Джерело: побудовано авторами на основі [5]

Таблиця 4

**Напрямки впливу інформаційних технологій на конкурентоспроможність в індустрії туризму**

Сфера впливу	Напрямок впливу	Технологія
Створення турпродукту	Прискорення процедури створення нового турпродукту	GDS і інші системи бронювання, Інтернет
Просування турпродукту	Поява принципово нових способів і технологій просування в туризмі	Інтернет, вебінари, мультимедіатехнології, GDS
Маркетинг	Формування нових маркетингових каналів збуту турпродукту	Інтернет, системи бронювання, електронна комерція
Менеджмент	Удосконалення технологій управління туристичними підприємствами	Спеціалізовані програмні продукти менеджменту туристичних підприємств

*Джерело: побудовано авторами на основі [2]*

тегічного маркетингу та управлінських зусиль шляхом виконання усіх їхніх функцій інноваційними інформаційними технологіями.

Швидкий розвиток інноваційних інформаційних технологій радикально змінив динаміку та бізнес-моделі індустрії туризму. Зокрема, важливим технологічним поштовхом, який отримав туристичний сектор, є мобільні додатки.

Дійсно, розширення можливостей туристів з мобільним доступом до таких послуг, як бронювання готелів, авіаквитків і рекомендацій щодо відвідування екскурсійних об'єктів викликає гарячий інтерес туристів і таким чином впливає на значні доходи підприємств.

З одного боку, миттєвий доступ, автоматизація та простота використання зробили такі додатки незамінною частиною повсякденного життя багатьох туристів.

А з іншого боку, крім пов'язаних з автоматизацією функцій, існує потреба в персоналізації. Для цього є декілька ефективних

рішень, які отримали лідируюче місце на ринку інноваційних інформаційних технологій (табл. 2).

На сьогодні актуальними в індустрії туризму є платформи Blockchaina (табл. 3).

Основні напрямки впливу інноваційних інформаційних технологій на конкурентоспроможність у сфері туризму представлено у таблиці 4.

**Висновки.** Отож, для підприємств, які працюють у сфері туризму, важливо йти в ногу з останніми тенденціями інноваційних технологій. Розуміння та впровадження тенденцій, викладених вище, дозволить забезпечити кращий досвід для клієнтів, а також допоможе оптимізувати управління доходами та загальну ефективність туристичного бізнесу. Інноваційні інформаційні технології можуть відігравати вирішальну роль в управлінні туризму, а керівники туристичних напрямків, зможуть перевести теорію у практичну реальність для своїх напрямків.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Долга Г. В. Управління інноваційною діяльністю підприємств туристичного бізнесу. *Бізнес-навігатор*. 2020. Випуск 1 (57). С. 111–114. DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.57-19>.
2. Татаринцева А. С., Олійник О. М. Управління підприємствами туристичної сфери з використанням сучасних інформаційних технологій. *Вісник Запорізького національного університету*. 2011. Випуск 1 (9). С. 148–153. URL: [https://web.znu.edu.ua/herald/issues/2011/eco\\_2011\\_1/2011\\_1/148-153.pdf](https://web.znu.edu.ua/herald/issues/2011/eco_2011_1/2011_1/148-153.pdf).
3. Погуда Н. В., Розметова О. Г. Сучасний стан туристичного ринку України. *Ефективна економіка*. 2018. Випуск 10. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10\\_2018/59.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2018/59.pdf).
4. Дударенко В. О., Примак Т. Ю. ІТ-туристичні підприємства на ринку України. *Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті* (м. Київ, 5–6 квітня 2017 р.). НУХТ, 2017. С. 349.
5. Кравченко А. В., Костючик С. В. Аналіз інноваційного розвитку вітчизняних туристичних підприємств на ринку України. *Молодий вчений*. 2017. Випуск 10 (50). С. 922–926. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/kravchenko22.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/kravchenko22.htm).

## REFERENCES:

1. Dolha H. (2020) Upravlinnia innovatsiinoiu diialnistiu pidpriemstv turystychnoho biznesu [Management of innovative activities of tourism business enterprises]. *Biznes-navihator*. Issue 1 (57), pp. 111–114. DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.57-19>.
2. Tataryntseva A. S., Oliinyk O. M. (2011) Upravlinnia pidpriemstvamy turystychnoi sfery z vykorystanniam suchasnykh informatsiinykh tekhnolohii [Management of tourism enterprises using modern information technologies]. *Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho universytetu*. Issue 1 (9), pp. 148–153. Available at: [https://web.znu.edu.ua/herald/issues/2011/eco\\_2011\\_1/2011\\_1/148-153.pdf](https://web.znu.edu.ua/herald/issues/2011/eco_2011_1/2011_1/148-153.pdf).
3. Pohuda N. V., Rozmetova O. H. (2018) Suchasnyi stan turystychnoho rynku Ukrainy [The current state of the tourist market of Ukraine]. *Efektivna ekonomika* (electronic journal). Issue 10. Available at: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10\\_2018/59.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2018/59.pdf).
4. Dudarenko V., Prymak T. (2017) IT-turystychni pidpriemstva na rynku Ukrainy [Innovative and IT technologies in tourism activities]. *Naukovi zdobutky molodi – vyrishenniu problem kharchuvannia liudstva u XXI stolitti*. Issue 83, p. 349. Available at: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/25887>.
5. Kravchenko A. V., Kostiuchyk S. V. (2017) Analiz innovatsiinoho rozvytku vitchyznianykh turystychnykh pidpriemstv na rynku Ukrainy [Analysis of the innovative development of domestic tourism enterprises on the market of Ukraine]. *Molodyi vchenyi*. Issue 10 (50), pp. 922–926. Available at: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/kravchenko22.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/kravchenko22.htm).