

УДК 338.48:004.77

*Морохович В. С.,
morv77@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-4939-6566,
к.ф.-м.н, доц., доцент кафедри менеджменту туристичного та готельно-ресторанного бізнесу,
Ужгородський торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Ужгород*

*Кашка М. Ю.,
m-kashka@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-7437-6156,
к.і.н., доц., доцент кафедри туризму, ДВНЗ “Ужгородський національний університет”, м. Ужгород*

*Талана С. Ю.,
s_talapa@ukr.net,
ст. викладач кафедри технології і організації ресторанного господарства, Ужгородський
торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Ужгород*

ТЕХНОЛОГІЧНІ ДРАЙВЕРИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

***Анотація.** У статті розглянуто основні тренди розвитку туризму в епоху цифрової економіки. Туристична індустрія розвивається достатньо швидкими темпами і повинна відповідати сучасним викликам. За таких умов чималої уваги слід приділяти використанню інноваційних технологій та впровадженню елементів діджиталізації в індустрію туризму. Особливу увагу приділено аналізу використання цифрових технологій у діяльності туристичних підприємств. Зазначено, що саме інформаційні технології сприятимуть залученню якомога більше клієнтів, максимальної кількості продажів, завоюванню довіри споживачів туристичних послуг, а також формуванню позитивного іміджу підприємства. Досліджено основні напрямки та інструменти цифровізації туристичного бізнесу. Відзначено тенденції діджиталізації у сфері туризму, а саме: застосування нових технологічних рішень, використання систем динамічного пакетування в реальному часі, нових сервісів бронювання, онлайн-сервісів для прямого продажу туристам окремих послуг та турпакетів з можливістю самостійного конструювання туру, систем управління готелями, рішень на основі Big Data з прогнозування попиту та управління ціноутворенням. Окреслено перспективні інформаційно-технологічні інновації для розвитку туристичної галузі в період пандемії COVID-19. Підсумовано, що після зняття більшості обмежень компанії, які працюють у сфері туризму, інвестуватимуть в певні IT-рішення, які здатні допомогти масштабуванню бізнесу, та впроваджуватимуть заходи безпеки в розрахунку на зворотний зв'язок з боку потенційних клієнтів.*

Ключові слова: туризм, інновації, діджиталізація, інформаційні технології, пандемія COVID-19.

*Morokhovych V. S.,
morv77@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-4939-6566,
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management of Tourism, Hotel and Restaurant Business, Uzhhorod Institute of Trade and Economics of Kyiv National University of Trade and Economics, Uzhhorod*

*Kashka M. Yu.,
m-kashka@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-7437-6156,
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism, Uzhhorod National University, Uzhhorod*

*Talapa S. Yu.,
s_talapa@ukr.net,
Lecturer, Department of Technology and Organization of Restaurant Business, Uzhhorod Institute of Trade and Economics of Kyiv National University of Trade and Economics, Uzhhorod*

TECHNOLOGICAL DRIVERS OF TOURISM SERVICES MARKET DEVELOPMENT

Abstract. *The main trends of tourism development in the digital economy are considered in the article. The tourism industry is developing quite rapidly and must meet modern challenges. Under such conditions, much attention should be paid to the use of innovative technologies and the introduction of elements of digitalization in the tourism industry. Particular attention is paid to the analysis of the use of digital technologies in the activities of tourism enterprises. It is noted that information technologies will help attract as many customers as possible, the maximum number of sales, gaining the trust of consumers of travel services, as well as the formation of a positive image of the company. The main directions and tools of digitalization of tourist business are investigated. Trends of digitalization in the field of tourism are noted, namely: application of new technological solutions, use of dynamic packaging systems in real-time, new booking services, online services for direct sale to tourists of certain services, and tour packages with the possibility of independent tour design, hotel management systems, Big Data-based solutions for demand forecasting and pricing management. Promising information and technological innovations for the development of the tourism industry during the pandemic COVID-19 are outlined. It is concluded that after removing most of the restrictions, companies operating in the field of tourism will invest in certain IT solutions that can help scale the business and implement security measures based on feedback from potential customers.*

Key words: tourism, innovation, digitalization, information technology, pandemic COVID-19.

JEL Classification: L83; L86; Z32

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-65-07>

Постановка проблеми. Сучасні інформаційні технології залишаються головним драйвером економічного зростання та умовою модернізації різних галузей економіки. Багато країн докладають значні зусилля щодо розвитку інформаційної інфраструктури та збільшення доступності цифрових послуг для населення. Перевагами цифровізації є зниження вартості послуг у порівнянні з традиційною економікою, зростання продуктивності праці, поява можливостей для створення доданої вартості у різних сферах діяльності.

Стрімкий розвиток цифрової економіки у світі забезпечує підвищення конкурентоспроможності держав, галузей, підприємств. Повсюдний рівень поширення цифровізації призводить до істотних змін у процесі організації бізнесу. Трендом сьогодення є цифрова трансформація, що стосується всіх сфер, яка орієнтована на глобальне застосування цифрових технологій у діяльності економічних суб'єктів, формування інформаційного суспільства та цифрової економіки в цілому.

Особливо актуальними є процеси діджиталізації для сфери обслуговування. Торгові та транспортні компанії, підприємства індустрії туризму та гостинності, громадського харчування отримали можливість розширити цільову аудиторію та охоплення, покращити якість обслуговування, розвиватися прискореними темпами, беручи до уваги, що в глобальній цифровій економіці перемога буде здобута тими, в арсеналі яких буде задіяна більша кількість та якість цифрових платформ.

Майже всі підприємства індустрії гостинності в своїй діяльності так чи інакше використовують цифрові технології. Всі клієнти, потенційні й існуючі, на сьогодні активно користуються Інтернетом, мобільними телефонами. Для них це простий і

швидкий спосіб знайти необхідну інформацію. Розвиток галузі туризму дав сильний поштовх для збільшення комунікацій між компаніями та їх клієнтами. Сучасний турист хоче витратити якомога менше часу на пошук тимчасового житла і залягодження всіх нормативних процедур, бажає якомога більше подорожувати, пізнавати нове, відвідувати цікаві місця.

В умовах досить жорсткої конкуренції на туристичному ринку основним завданням для українських туристичних підприємств є активне використання у своїй практиці сучасних інформаційних технологій, а саме: повної автоматизації процесу оформлення замовлень на туристичні послуги; застосування прямих каналів комунікацій із партнерами-туроператорами; використання електронних систем бронювання турів; системи електронної пошти та Інтернету.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В останні роки вивченню питання застосування окремих видів цифрових технологій у сфері туризму присвячено праці вітчизняних вчених, серед яких: Кифяк В., Кифяк О. [3]; Кожухівська Р. Б., Непочатенко В. О. [4]; Кравченко А. В., Бойко В. В. [5]; Джинджоян В. В. [2]; Токаренко О. І., Черемісіна Т. В., Бабіна Н. І. [10] та інші. Проте, незважаючи на наукову цінність і значущість робіт, недостатнім є розкриття питання розвитку індустрії туризму на основі впровадження інноваційних digital-технологій у сучасних умовах.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження основних тенденцій розвитку туризму, що формуються під впливом глобальної цифровізації, а також аналіз ключових змін, які відбуваються у бізнес-процесах у зв'язку із застосуванням цифрових технологій.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Цифрові технології стають все більш цінним ресурсом на підприємствах туристичного бізнесу, допомагаючи їм не тільки зберегти життєздатність, але й розкрити нові перспективні напрями розвитку. Впровадження в індустрії гостинності digital-технологій сприяє залученню якомога більше клієнтів, максимальної кількості продажів, завоюванню довіри споживачів туристичних послуг, а також формуванню позитивного іміджу підприємства.

З появою інформаційних технологій відбулися суттєві зміни у роботі туристичних фірм. Завдяки автоматизації робота ведеться оперативно, цілодобово і при цьому відбувається значна економія людських ресурсів, часу та коштів. Сучасне підприємство туристичного бізнесу, яке використовує у своїй діяльності комп'ютерні технології, стабільно та успішно веде свій бізнес, закладаючи фундамент на майбутнє.

Система інформаційних технологій, що застосовується у сфері туризму, включає у себе: комп'ютерні системи резервування, системи проведення телеконференцій, мультимедійні системи, автоматизовані системи управління, інформаційні системи авіаліній, електронні платіжні системи, мережу Інтернет, засоби сповіщення тощо. Туроператор надає базу турів турагентам та самим туристам у відкритому доступі. З ними також за допомогою комп'ютера працюють авіаперевізники та готелі. Вони використовують системи бронювання, завдяки яким можна дистанційно, не покидаючи робочого місця, резервувати та купувати авіа, залізничні квитки, готельні номери та інші послуги (трансфер, харчування, додатковий багаж). Підключення комп'ютерів відбувається через глобальну мережу Інтернет до систем бронювання. Виходячи з цього, випливає, що перед нами постає інтегрована система ІТ-технологій, і очевидно, така система, яка функціонує в туристичній галузі, є системою взаємопов'язаних комп'ютерних та комунікаційних технологій.

Автоматизовані системи управління у туризмі служать для створення ефективної туристичної структури, що дозволяє забезпечити комфортні умови роботи персоналу підприємства. На ринку програмних продуктів представлено ряд комп'ютерних систем, що дозволяють автоматизувати внутрішню діяльність туристичної фірми: Парус-Турагенство, Оверія-Туризм, Само-Тур, Майстер-Тур, TurWin та інші. Як правило, ці системи володіють наступними функціями: забезпечують введення, редагування та зберігання інформації про турпакет, замовників, готелі, статус заявок; враховують необхідність виведення інформації у форматі документа; розраховують вартість турів із урахуванням курсу валют, знижок; контролюють своєчасну оплату турів; ведення фінансової звітності.

Говорячи про ефективність інформаційних технологій у галузі туризму, слід розуміти, що при впровадженні інформаційних систем відбувається підвищення оперативності та покращення якості

інформації в стислі терміни, що позитивно позначається на всій системі управління, а інформаційна система стає базою для контролю за фінансовими, матеріальними та людськими ресурсами.

Інтернет займає значне місце на туристичному ринку. Мережа Інтернет дозволяє туристичним підприємствам відкривати нові форми роботи з клієнтами, забезпечує можливість постійної взаємодії зі своїми діловими партнерами, а також доступ до різноманітних інформаційних джерел. Розробка шляхів удосконалення використання інтернет-технологій у сфері туризму становить безперечний інтерес як окремих підприємств, а може і загалом вплинути на розвиток туристичної галузі.

Технологічним драйвером на ринку туристських послуг сьогодні стає діяльність глобальних мета-пошуковиків у взаємодії з потужними цифровими платформами споживачів, як власними, так і партнерськими. Маючи справу з величезною кількістю пошукових запитів, вони надають можливість індивідуалізації сервісів із бронювання тих чи інших туристичних послуг. У результаті утворюються marketplace, наприклад сервіси Google.

Актуальним напрямком у галузі туризму є використання глобальних розподільчих систем (Global Distribution System), які забезпечують швидко і зручне бронювання квитків на транспорт, резервування місць у готелі, прокат автомобілів, обмін валют, замовлення квитків на спортивні та культурні заходи тощо. Найбільш відомими комп'ютерними системами бронювання на міжнародному ринку туристичних послуг вважаються Amadeus, Galileo, Worldspan, Sabre [6]. Вони відрізняються одна від одної: повнотою й оперативністю видаваної інформації; набором послуг та кількістю власників різних видів ресурсів, що мають угоду з конкретною системою, і рівнем доступності до їх баз даних; зручністю формування запитів на бронювання, дружелюбністю програмного забезпечення, що використовується в глобальних розподільчих системах і встановлюється на персональному комп'ютері туристичного підприємства; надійністю техніки та засобів зв'язку між організацією та центром обробки даних системи; розміром оплати за користування інформаційними послугами та порядком її формування.

Ще однією інновацією на ринку туристичних послуг є концентрація інтересів туроператорів на сегменті B2C з пропозицією прямого онлайн-бронювання своїх послуг на корпоративному сайті. Багато туроператорів, особливо в сегменті внутрішнього туризму, сьогодні активно стимулюють пряму онлайн-дистрибуцію. Цей процес є елементом підвищення конкурентоздатності, насамперед із новими технологічними компаніями, виробниками туристичних послуг, авіакомпаніями, що пропонують послуги динамічного пакетування. При цьому традиційні канали дистрибуції не зникають, а обслуговуватимуть певні сегменти туристичного ринку (наприклад, індивідуальний туризм). При цьому подібні канали дистрибуції повинні відповідати вимогам часу і використовувати сучасні цифрові платформи.

Зі швидким розвитком інформаційно-комунікаційних технологій туристичні підприємства в Україні використовують системи інтернет-бронювання, сайти національних туроператорів та свої веб-сайти для пошуку турів, наприклад: booking.com, tour-online.ua, turne.ua, turpoisk.ua, anex-tour.com.ua, joinup.ua, pegast.com.ua та інші.

Однією з головних переваг діджиталізації є можливість використання мобільних пристроїв, адже більшість пошукових запитів здійснюються саме з їхньою допомогою. Сучасний турист підійшов впритул до того, що почав активно купувати туристичні послуги за допомогою цих девайсів. Також варто відзначити, що на сьогоднішній день додатки для смартфонів виступають у якості супутника для подорожей повного спектра послуг, який передбачає потреби клієнтів. Тенденція до поширення таких мобільних додатків із кожним роком зростає як для туристів, так і для туристичних підприємств, що пов'язано з розповсюдженням мобільних пристроїв та їх простотою використання під час подорожі.

У світовій практиці розвитку туризму широко застосовуються глобальні супутникові навігаційні та геоінформаційні системи. Найпопулярнішою системою супутникової навігації, що активно функціонує у світі, є GPS (система глобального позиціонування), яка дозволяє в кожному куточку Землі визначити точне розташування та швидкість об'єктів. Така система має великий попит серед туристів, людей, які ведуть активний спосіб життя, любителів спорту, риболовлі та автомобілістів.

Віртуальні геоінформаційні системи представляють узгоджену просторову та атрибутивну інформацію, що мають безпосереднє відношення до об'єктів. Користувачі мережі Інтернет, відвідуючи різні сайти, знайомляться з планом готелю, слайдами

у 3D-форматі, можуть переглянути його місцезнаходження на карті міста та навіть побувати всередині нього. Найновіші розробки, наприклад Google maps, надають можливість кожному побувати в будь-якому місці нашої планети, де забажаєш, і все це відбувається у тривимірному форматі зображення. Готелі також розміщують таку інформацію на своїх сторінках в Інтернеті.

До інноваційних технологічних трендів у сфері туризму і гостинності слід віднести: Big Data (великі дані), blockchain, VR&AR (віртуальна і доповнена реальність), IoT (Інтернет речей), роботизація, штучний інтелект, мобільні додатки та ін. (рис. 1).

Найбільш перспективними цифровими технологіями є обробка великих даних Big Data та blockchain. Технології blockchain вже застосовуються в туризмі, а саме: збір і контроль інформації за переміщенням багажу між різними аеропортами та авіакомпаніями; ідентифікація пасажирів за допомогою відбитків пальців або сканування сітківки ока тощо.

Технологія Big Data дозволяє запропонувати туристу, виходячи з його переваг (накопичених у даних), певні маршрути, готелі, відвідування конкретних міст, історичних місць. Зараз технології Big Data активно використовуються в сфері гостинності, зокрема в готелях. Всі питання менеджменту, маркетингу, репутації, додаткових послуг у готелі доступні для туриста. IoT (Інтернет речей) також використовується в готельних номерах, коли процедура заселення і відкриття дверей у номер відбувається без ключа та навіть без check-in, за допомогою тільки мобільного пристрою. Даний сервіс (Online hotel check-in & Smart Key) отримує найбільшу затребуваність на етапі відновлення туризму після пандемії COVID-19 [2].

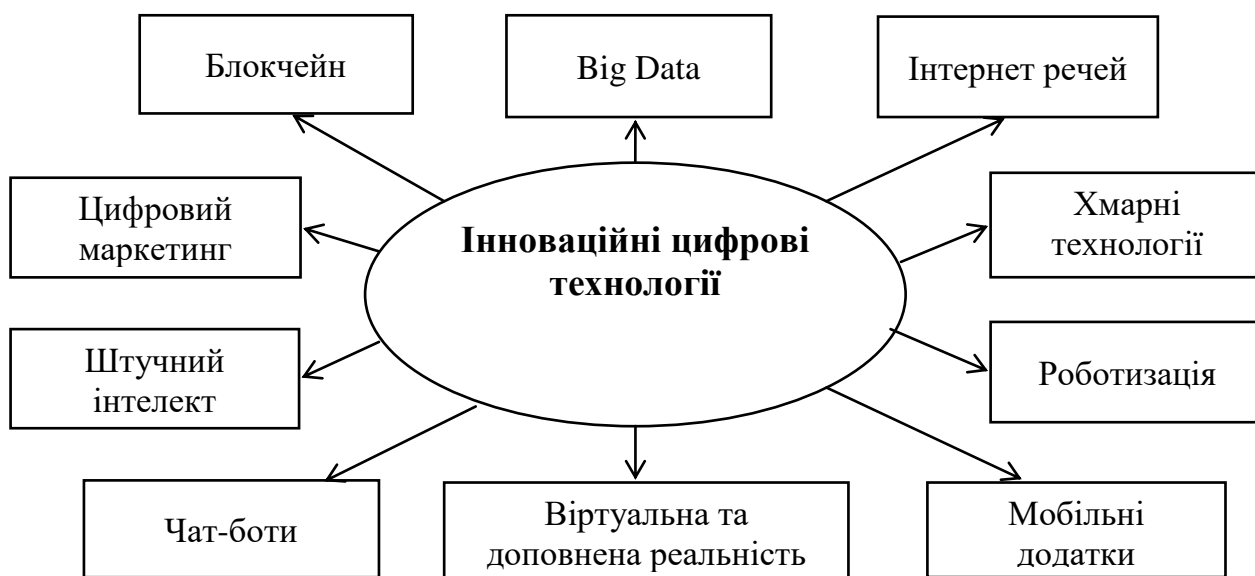


Рис. 1. Інноваційні цифрові технології в туризмі

Джерело: складено на основі [2, 9]

Використання роботів у туристичному бізнесі найближчим часом будемо спостерігати все частіше. До того ж, коронавірусна інфекція прискорює цей процес. Для дотримання соціальної дистанції застосування інформаційних роботів-кіосків і окремих пересувних роботів дозволить безпечно отримати інформацію.

До нових інноваційних маркетингових технологій у сфері туризму відноситься використання чат-ботів і месенджерів. Месенджери перестали бути тільки каналом спілкування і вже перетворилися на перспективний канал інтернет-маркетингу. Очікується збільшення популярності використання месенджерів з рекламною метою та інтенсифікація використання інструментів автотизації, наприклад чат-ботів. За допомогою мобільних месенджерів бізнес може вирішувати такі маркетингові завдання, як підтримка клієнтів, упізнаність, трафік, залучення клієнтів та продаж.

Нині користувачі можуть безпосередньо зв'язуватися з представниками компаній через ботів Messenger, купити продукт (послугу) за один клік, запланувати зустріч, забронювати квитки або замовити їжу додому. Використання ботів для бізнесу дає ряд переваг: швидке інформування користувачів у автоматичному режимі (акції, спеціальні пропозиції, наявність послуг); безкоштовний доступ і швидка реакція у відповідь на запити; можливість організації простої технічної підтримки та консультацій; пряма комунікація з потенційними клієнтами.

За допомогою 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; покращити якість обслуговування клієнтів за рахунок персоналізації послуг (технологія NEC NeoFace Express) [4].

Віртуальна реальність (VR) як інноваційна технологія впевнено увійшла в індустрію туризму, використовуючи свої переваги, щоб заохотити клієнтів спробувати віртуальну подорож перед її придбанням. Мобільні додатки для неї з'являються на багатьох платформах, таких як Google Play, Google Maps, YouTube, що робить цю технологію доступною для всіх. Віртуальна реальність створює відчуття присутності в дестинації, що далеко від місцезнаходження споживача, а також через інструменти сприйняття (3D, VR) надає можливість відчутти атмосферу будь-якого туристичного об'єкта. Доповнена реальність (AR) дозволяє туристам побачити на місці відвідування не тільки те, що представляється звичайному погляду, а й за допомогою девайсів (окулярів і смартфонів) побачити, як виглядав цей об'єкт екскурсії в давні часи [1, 7]. В Україні завоювали популярність такі онлайн-сервіси, як: Мандруй Україною (discover.ua), Ukrainer, 360Cities.

На сьогодні віртуальний туризм виступає важелем підтримки попиту на туристичні послуги під час карантину і допомагає формуванню відкладеного попиту після зняття обмежень. Безперечними

перевагами VR-туризму виступають: зниження ризиків імовірності зараження у подорожах; можливість ознайомлення з культурними та природними пам'ятками, експозиціями музеїв, туристськими маршрутами в онлайн-режимі; економія часу та грошей для споживачів; можливість здійснювати віртуальні подорожі у будь-який зручний час [8].

Отже, туристичні підприємства в умовах швидкого змінюваних епідеміологічних обставин вимушені кардинально перебудувати свою діяльність із врахуванням істотних змін вимог споживачів та поширенням діджиталізації світової економіки. Інвестуючи в розширення технологічних можливостей, вони зможуть вирішувати маркетингові завдання збереження клієнтів і зміцнення їх довіри, створювати додаткові конкурентні переваги за рахунок постійної та актуальної комунікації.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Інформаційні технології є важливою складовою туристичного бізнесу, які зумовлюють його швидкий розвиток. Рекламні компанії туристичних підприємств часто розміщуються в Інтернеті на різних сайтах, тим самим привертаючи все більшу увагу аудиторії. Ефективна діяльність сайту туристичних фірм є основною базовою складовою будь-якого туристичного агентства. Діяльність сайту не може здійснюватися без реклами. Персональний комп'ютер та Інтернет, будучи загальнодоступними сучасними технологіями, є тим специфічним фактором, в результаті якого все нові й нові інформаційні технології впроваджуються у всі сфери туризму. Туристичні підприємства використовують наявний потенціал інформаційного ресурсу Інтернету, щоб ще більше модернізувати систему резервування, що зумовлює розвиток туризму в межах сучасних комунікаційних технологій.

Варто зазначити, що нинішнє обмеження можливостей для активного туризму в період пандемії COVID-19 сприяє розвитку інших форм задоволення естетичних потреб у прекрасному, зумовлюючи тим самим швидке впровадження сучасних інформаційних технологій в сферу туризму (віртуальний туризм, штучний інтелект, діджиталізація та ін.).

На сучасному етапі можна відзначити тенденції цифровізації у сфері туризму, що є перспективним при укрупненні бізнесу, застосуванні нових технологічних рішень, використанні систем динамічного пакетування в реальному часі, нових сервісів бронювання, онлайн-сервісів для прямого продажу туристам окремих послуг та турпакетів із можливістю самостійного конструювання туру, систем управління готелями, рішень на основі Big Data з прогнозування попиту та управління ціноутворенням.

На ринку туристичних послуг матимуть перевагу ті підприємства, що пропонують максимально кастомізований процес взаємодії з туристом. Завдяки цьому збережеться лояльність покупців і прибуток бізнесу, примножиться конверсія та підвищиться рівень безпеки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Адамовська М., Зубко Т. Туризм в епоху digital-комунікацій. Вісник національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм. 2021. Том 4, №1. С. 30-39.
2. Джинджоян В. В. Сучасні інноваційні технології в менеджменті туризму та гостинності. Ефективна економіка. 2021. №6. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.6.5>.
3. Кифяк В., Кифяк О. Діджиталізація процесів розвитку туристичних дестинацій у Західноукраїнських прикордонних регіонах. Вісник Тернопільського національного економічного університету. 2020. №2. С. 162-173.
4. Кожухівська Р. Б., Непочатенко В. О. Digital-технології як основа розвитку туристичної діяльності в Україні. Економіка та держава. 2020. №7. С. 93-98.
5. Кравченко А. В., Бойко В. В. Цифровізація туристичної галузі в пост-COVID-19 період. Ефективна економіка. 2021. №2. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.2.96>.
6. Кукліна Т. С. Використання інформаційних технологій в діяльності туристичних підприємств. Причорноморські економічні студії. 2017. Вип. 13-2. С. 217-221.
7. Марусей Т. В. Віртуальна екскурсія як напрямок розвитку сучасного туризму. Економіка та суспільство. 2021. Вип. 26. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-75>.
8. Попова М. О., Арестов С. В., Шуптар-Пориваєва Н. Й. Пріоритети розвитку сучасної туристичної діяльності. Причорноморські економічні студії. 2021. Вип. 62. С. 107-112.
9. Тищенко С. В. Цифрові технології в індустрії гостинності. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. 2021. Вип. 7. С. 131-139.
10. Токаренко О. І., Черемісіна Т. В., Бабіна Н. І. Цифрові технології у міжнародному туризмі та готельній індустрії. Інфраструктура ринку. 2020. Вип. 44. С. 126-130. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct44-21>.

REFERENCES

1. Adamovska, M. and Zubko, T. (2021), Turyzm v epokhu digital-komunikatsii, Visnyk natsionalnoho universytetu kultury i mystetstv. Serii: Turyzm, 4 (1), pp. 30-39.
2. Dzhyndzhoian, V. V. (2021), Suchasni innovatsiini tekhnolohii v menezhmenti turyzmu ta hostynnosti, Efektyvna ekonomika, 6, DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.6.5>.
3. Kyfiak, V. and Kyfiak, O. (2020), Didzhitalizatsiia protsesiv rozvytku turystychnykh destynatsii u Zakhidnoukrainskykh prykordonnykh rehionakh, Visnyk Ternopilskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu, 2, pp. 162-173.
4. Kozhukhivska, R. B. and Nepochatenko, V. O. (2020), Digital-tekhnologii yak osnova rozvytku turystychnoi diialnosti v Ukraini, Ekonomika ta derzhava, 7, pp. 93-98.
5. Kravchenko, A. V. and Boiko, V. V. (2021), Tsyfrovizatsiia turystychnoi haluzi v post-COVID-19 period, Efektyvna ekonomika, 2, DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.2.96>.
6. Kuklina, T. S. (2017), Vykorystannia informatsiinykh tekhnolohii v diialnosti turystychnykh pidpriemstv, Prychornomorski ekonomichni studii, 13-2, pp. 217-221.
7. Marusei, T. V. (2021), Virtualna ekskursiia yak napriamok rozvytku suchasnoho turyzmu, Ekonomika ta suspilstvo, 26, DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-75>.
8. Popova, M. O., Arestov, S. V. and Shuptar-Poryvaieva N. I. (2021), Priorytety rozvytku suchasnoi turystychnoi diialnosti, Prychornomorski ekonomichni studii, 62, pp. 107-112.
9. Tyshchenko, S. V. (2021), Tsyfrovi tekhnolohii v industrii hostynnosti, Tavriiskyi naukovi visnyk. Serii: Ekonomika, 7, pp. 131-139.
10. Tokarenko, O. I., Cheremisina, T. V. and Babina, N. I. (2020), Tsyfrovi tekhnolohii u mizhnarodnomu turyzmi ta hotelnii industrii, Infrastruktura rynku, 44, pp. 126-130, DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct44-21>.

Стаття надійшла до редакції 15 листопада 2021 року