

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-93>

УДК 338.48

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

DIGITALIZATION AS AN ELEMENT OF INTERNATIONAL TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY DEVELOPMENT

Кожухівська Раїса Борисівнакандидат економічних наук, доцент,
Уманський національний університет садівництва
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4066-4170>**Саковська Олена Миколаївна**кандидат економічних наук, доцент,
Уманський національний університет садівництва
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2676-6170>**Kozhukhivska Raisa, Sakovska Olena**

Uman National University of Horticulture

У статті проведено аналіз використання інтернет-засобів і діджитал-технологій для розвитку сфери туризму та індустрії гостинності в міжнародному аспекті. Указано, що діджиталізація у сфері туризму та індустрії гостинності ґрунтується на застосуванні сучасних інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). Зазначено, що метою використання ІКТ є поліпшення процесів розробки та надання туристичних та готельно-ресторанних послуг. У процесі дослідження, визначено ключові напрямки застосування сучасних інформаційних технологій у сфері туризму та індустрії гостинності. Визначено можливості, як для туриста так і для підприємств туризму й індустрії гостинності, які формуються у процесі використання засобів діджиталізації. Резюмовано, що діджиталізація надає багато переваг підприємствам та туристам, які використовують ІТ-технології і є вагомим чинником розвитку сфери туризму та індустрії гостинності й сприяє формуванню інноваційного міжнародного туристичного середовища.

Ключові слова: міжнародний туризм, індустрія гостинності, діджиталізація, ІТ-технології, інновації, турист.

Demand driven by the necessity for the use of innovative technologies, including digitalization, has significantly changed the forms and methods of doing business, particularly in the international tourism and hospitality industry. A necessity to coordinate the activities of tourism and hotel and restaurant operators – tour operators, travel agencies, service providers, and tourists as direct consumers of tourism products and leisure services – has led to the introduction of IT-technologies in the tourism sector, including the development of an electronic interaction platform. The COVID-19 economic crisis has become the biggest crisis for the tourism and hospitality industry, determining the overall transformation of both national and international tourism, requiring the creation of new destinations, ideas and concepts, changing consumer behaviour, purchasing power and preferences. Considering aforementioned aspects, the study of the use of digitalization tools in the field of international tourism and the hospitality industry is a relevant issue that requires more detailed study. The article analyses the use of Internet tools and digital technologies for the development of tourism and hospitality industry in the international context. It is indicated that digitalization in the tourism and hospitality industry is based on the use of modern information and communication technologies (ICT). It is noted that the purpose of using ICT is to improve the processes of development and provision of tourism and hotel and restaurant services. In the course of the study, the key areas of application of modern information technologies in the tourism and hospitality industry were identified. The article identifies opportunities for both tourists and tourism and hospitality enterprises that are formed in the process of using the digitalization tools. It is summarized that digitalization provides many advantages to enterprises and tourists using IT technologies and represents a significant factor in the development of the tourism and hospitality industry and contributes to the formation of an innovative international tourism environment.

Keywords: international tourism, hospitality industry, digitalization, IT technologies, innovations, tourist.

Постановка проблеми. За даними UNWTO, у 2022 р. міжнародний туризм почав свій «етап відродження», так у цей час туристичними послугами скористалися 960 млн осіб, а доходи від податків підприємницьких структур, які займаються бізнесом у сфері міжнародного туризму досягли 1 трлн дол, що на 50% більше, ніж у 2021 р.. Разом тим, у I-му кварталі 2023 р. міжнародний туризм відновився на 80% від рівня 2019 р., а у 2024 р. на 99%. 2024 р. знаменує собою консолідацію відновлення міжнародного туризму після кризи, пов'язаної з пандемією COVID-19. За оцінками, у 2024 р. у світі було зареєстровано 1,4 млрд міжнародних туристів (з ночівлею), що на 11% більше, ніж у 2023 р. [1].

Загальні експортні надходження від міжнародного туризму у 2024 р. оцінюються у 1,9 трлн дол, що приблизно на 3% більше, ніж до пандемії, і на 4% більше, ніж у 2019 р. Згідно експертних прогнозів очікується, що міжнародні туристичні прибуття зростуть на 3-5% у 2025 р. порівняно з 2024 р. Близько 64% експертів Групи експертів ООН з туризму вказують на «кращі» або «набагато кращі» перспективи на 2025 р. порівняно з 2024 р. [1].

Але разом з тим, незважаючи на позитивні показники розвитку сфери туризму, економічні та геополітичні виклики сьогодення продовжують створювати значні ризики рівню довіри туристів до послуг у сфері міжнародного туризму та індустрії гостинності.

Продиктована вимогами сьогодення необхідність використання інноваційних технологій, зокрема засобів діджиталізації, значним чином змінила форми та методи ведення бізнесу, зокрема й у сфері міжнародного туризму та індустрії гостинності. Необхідність координації діяльності суб'єктів туристичної та готельно-ресторанної діяльності – туроператорів, турагенцій, постачальників послуг, туристів, як безпосередніх споживачів туристичного продукту та послуг відпочинку, призвела до впровадження ІТ-технологій у туристичний сектор, у тому числі розроблення платформи електронної комунікаційної взаємодії.

У туристичній сфері та індустрії гостинності, можливості, що забезпечуються засобами діджиталізації в туризмі, охоплюють два основні аспекти: можливості з погляду споживача та можливості з погляду виробника чи надавача туристичних послуг: з погляду споживача – можливість витратити менше зусиль на пошук туристичного продукту, отримання

консультаційних туристично-інформаційних послуг (в онлайн форматі), оцінити наповнення (складові) туру та прийняти рішення про його купівлю, а також мінімізувати витрати при використанні туристичних послуг; з погляду виробника чи надавача туристичних послуг – підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Продаж туристичних послуг з використанням можливостей інтернету може надати додаткові переваги у формуванні позитивного іміджу туристичного підприємства та підвищенні лояльності споживачів, оскільки Інтернет дозволяє надавати необмежену кількість інформації [2, с. 1007].

Отже, економічна криза, пов'язана з COVID-19, ставши найбільшою кризою для туристичної галузі та індустрії гостинності, визначила загальну трансформацію як національного, так і міжнародного туризму, зажадала створення нових напрямів, ідей і концепцій, змінила поведінку споживачів, їх купівельні можливості та побажання. Зважаючи на вказані аспекти, вивчення питання щодо застосування засобів діджиталізації у сфері міжнародного туризму та індустрії гостинності є актуальними питанням, яке потребує більш детального вивчення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

У сучасній науковій літературі дослідженню питання цифровізації та використання засобів інформаційних технологій в туризмі та сфері гостинності приділяється значна увага. Серед авторів, які досліджують вищезазначені питання необхідно відзначити праці вітчизняних науковців Кухарук К., Сухорукіна А., якими проаналізовано питання основних аспектів діджиталізації у сфері туризму [3]. Дослідниками Головчук Ю., Худоба О., Боднар Р. визначено проблеми і перспективні напрями упровадження діджиталізації у сучасну індустрію туризму та сферу гостинності [4]. Марусей Т. досліджено питання діджиталізації туристичного сектору як інструмента розвитку в сучасних умовах [5]. Автори Мельниченко С., Ткаченко Т. та Дупляк Т. висвітлювали проблематику використання елементів діджиталізації як інструмента відновлення туризму в Європейському союзі в період пост-COVID-19 [6]. Наківці Паньків Н. та Гуменяк В. вивчали тематику діджиталізації туристичних маршрутів в Україні [7]. Писаревою І., Яловниченко К. проаналізовано зарубіжний і вітчизняний досвід впровадження цифрових інструментів у туристичну сферу та визначено принципи інтеграції сучасних

технологій для оптимізації туристичних послуг [8]. Волонтир Л. досліджувалося питання діджиталізації у сфері готельно-ресторанного бізнесу [9].

Серед зарубіжних авторів варто виокремити праці Туссадія І. [10], Нойхофера Б., Бухаліса Д., Ладкіна А. [11], Хатрі І. [12], Вахаб І. [13], Чженхуа Х., Венвен Ю., Ліфенг Ч. [14], Чен В. [15], Груман Г. [16], які досліджували питання використання інформаційних технологій в туризмі й індустрії гостинності та вивчали процеси автоматизації в даних сферах бізнес-діяльності.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проведений моніторинг праць, присвячених вивченню впливу інформаційних технологій на розвиток суспільства, економічних процесів, які в ньому відбуваються й ведення бізнесу в інноваційному середовищі, вказав на проблематику у більш глибокому вивченні питання стосовно застосування ІТ-засобів і використання можливостей діджитал-технологій та визначення їх ролі у подальшому розвитку сфери туризму та індустрії гостинності в міжнародному аспекті. Вищезазначений факт вказує на актуальність дослідження, формує мету і завдання статті.

Метою статті є аналіз використання інтернет-засобів і діджитал-технологій для розвитку сфери туризму та індустрії гостинності в міжнародному аспекті.

Завдання дослідження полягають у визначенні ключових напрямків застосування сучасних інформаційних технологій у сфері туризму та індустрії гостинності; окресленні можливостей, як для туриста так і для підприємств туризму й індустрії гостинності, які формуються у процесі використання засобів діджиталізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Діджиталізація у сфері туризму та індустрії гостинності ґрунтується на застосуванні сучасних інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). Метою використання ІКТ є поліпшення процесів розробки та надання туристичних та готельно-ресторанних послуг. Тенденції упровадження процесів діджиталізації охоплюють зростаючу інтеграцію цифрових технологій, зокрема технології віртуальної реальності, інструментів онлайн-бронювання та планування, персоналізовані рекомендації щодо подорожей за допомогою штучного інтелекту, використання соціальних мереж для пошуку відгуків туристів тощо. Тому, ІКТ пов'язані з плануванням поїздок, бронюван-

ням номерів в готелях, переміщенням та проживанням туристів, а також взаємодією із суб'єктами туристичної та готельно-ресторанної галузі.

Отже, застосування ІКТ у процесі формування туристичного продукту (туру) дає змогу краще спланувати подорож, зробити її більш персоналізованою, сприяє покращенню вражень туриста від подорожі, дає змогу ширшого охоплення цільової аудиторії тощо.

Підприємства, що використовують цифрові технології, розвивають специфічну систему, яка нівелює межі між ланцюжком постачання, партнером, клієнтом, натовпом і працівником, і ця система сильно впливає як на стратегію, так і на її реалізацію [15].

Цифрова трансформація, як внутрішніх операцій, так і механізмів створення цінності для туристів, відкриває перед туристичними підприємствами та готельно-ресторанними закладами нові можливості для виходу на міжнародний ринок, розроблення нових туристичних продуктів і послуг, упровадження нових бізнес-моделей і процесів, покращення своїх позицій у глобальних виробничо-збутових ланцюжках туризму та сфери гостинності, інтеграції в цифрові системи тощо.

У сучасних соціально-економічних умовах діджиталізація є важливим чинником стимулювання інновацій та конкурентоспроможності. При цьому для одних підприємств цифровізація може бути орієнтована на поглиблення аналітичних даних, а для інших – на автоматизацію операційних процесів. Незважаючи на те, що підхід може відрізнятися залежно від потреб підприємства, використання ІКТ забезпечує удосконалення цифрових каналів і процесів взаємодії з клієнтами, відстеження змін у поведінці та очікуваннях споживачів, вивчення та розробку нових бізнес-моделей для збереження конкурентоспроможності та отримання нових доходів.

Варто зазначити, що процеси діджиталізації у різних сферах діяльності є майже однаковими і не дуже відрізняються. Нами проведено дослідження напрямків упровадження ІКТ у сферу туризму та індустрію гостинності та визначено ключові напрямки застосування сучасних інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) у сфері туризму та індустрії гостинності.

На рис. 1 представлено основні напрямки застосування сучасних інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) у сфері туризму та індустрії гостинності, які було виокремлено нами у процесі здійсненого дослідження.



Рис. 1. Напрямки застосування сучасних інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) у сфері туризму та індустрії гостинності

Джерело: побудовано авторами на основі проведеного дослідження

На основі інформації про послуги та туристичні продукти, використовуючи засоби діджиталізації та цифрової трансформації у сфері туризму та індустрії гостинності, з метою донесення інформації про туристичний об'єкт чи послугу, можна формувати змістовий цифровий контент, спрямований на латентного або конкретного споживача. Розповсюдження інформації відбувається такими способами:

– поширення інформації про туристичні та готельно-ресторанні об'єкти (продукти та послуги) шляхом конкретизованого висвітлення у засобах масової інформації фахового спрямування, метою яких є інформування суспільства про новинки у сфері туризму та відпочинку. Таким чином відбувається проєктування послуг на конкретного споживача;

публікації у незалежних засобах масової інформації (нефахового спрямування), співробітники яких діляться своїми враженнями про подорож через особисті блоги та соціальні мережі. Такий цифровий контент просуває галузь туризму та індустрію гостинності в рамках розвитку цифрових технологій за допомогою конкуренції між джерелами, що пропонують широкий спектр інформації про відпочинок. Таким чином відбувається проєктування послуг на латентного споживача.

Слід зазначити, що упровадження процесів діджиталізації та використання ІТ-можливостей сьогодні дають змогу туристичним підприємствам сформувати безліч нових привабливих і цікавих турів. Технології, інтегровані в міський контекст, активізу-

ють попит на туристичні території, тим самим розширюючи потенціал туристичної галузі та сприяють розвитку інфраструктури гостинності. Цифрові технології трансформують формат діяльності туристичного сектору. Одним із таких прикладів є можливість комунікувати будь-якою мовою, завдяки технологіям онлайн-перекладу.

Під час подорожі, будь вона реальною чи віртуальною, турист отримує великий соціальний досвід. У даний час, завдяки сучасним цифровим технологіям процес обміну та передачі інформації здійснюється практично миттєво за допомогою використання соціальних мереж та інших програм люди можуть обмінюватися фотографіями, відео, книгами, повідомленнями, притому, що територіально можна перебувати на різних кінцях планети. Завдяки безлічі текстових або відео матеріалів, аудіозаписів і картинок формується єдиний туристичний цифровий простір.

Сьогодні туристи стають дедалі досвідченішими, вони можуть самостійно досліджувати туристичні пропозиції в інтернет-середовищі, аналізувати форуми, соціальні мережі, обмінюватися різноманітною туристичною інформацією, що провокує зміну характеру та специфіки каналів продажів туристичних та готельно-ресторанних послуг. Тому, варто зауважити на тому, що важливим явищем у розвитку міжнародного туризму та індустрії гостинності, яке можливе завдяки використанню засобів діджиталізації, є система онлайн-бронювання. Процес онлайн-бронювання може здійснюватися як туристичним

чи готельно-ресторанним закладом на його сайті, так і власне, безпосередньо туристом на сайтах-агрегаторах типу Booking.com. Процес онлайн-бронювання у міжнародному туризмі забезпечується шляхом використання глобальних систем бронювання.

На рис. 2. представлено процес онлайн-бронювання індивідуальним туристом за допомогою діджитал-засобів.

Також, говорячи про тенденції розвитку міжнародного туризму варто зазначити, що наразі значного поширення набули віртуальні подорожі (за допомогою технологій доповненої реальності).

Віртуальна подорож є відносно новим напрямком у сфері міжнародного туризму, що значно розширює можливості людини, яка з якихось причин не може наразі вирушити в реальну подорож, і отримує практично повноцінні емоції, повністю занурюючись у віртуальну реальність.

Зважаючи на активну зайнятість та інші чинники людина не завжди може відвідати пам'ятки та екскурсії, що її цікавлять, тому альтернативою реального відвідування цих історичних об'єктів може стати доповнена віртуальна реальність. Віртуальна подорож та доповнена реальність дає змогу віртуальному мандрівникові спостерігати певні об'єкти із використанням цифрових технологій у тривимірному зображенні високої якості.

Особливу цінність віртуальні подорожі становлять для осіб, які зазнають труднощів при самостійному пересуванні, отриманні послуг, сприйнятті необхідної інформації або при орієнтуванні в просторі, а також для громадян з обмеженими фінансовими можливостями.

У таких людей через неможливість подорожувати виникає відчуття неповноцінності та ізоляваності від світу, яка з часом призводить до депресивного стану. Рішенням цієї проблеми і є віртуальна подорож. Отже, такий варіант найбільш підходить для людей, які з різних причин фізичного чи іншого характеру не можуть дозволити собі світ реальних подорожей.

Загалом для соціуму світ віртуального туризму особливо цінний у рамках освіти, оскільки сприйняття інформації про особливості тієї чи іншої країни чи туристичного об'єкта найширше відкривається через занурення у віртуальну реальність. Віртуальне туристичне середовище формують зображення певних місць, представлені через онлайн-платформи, телебачення, журнали та інші засоби масової інформації, що підкреслює мобільність, як туристів, так і туристичної й готельно-ресторанної сфери.

Тому, можна констатувати, що віртуальні подорожі за умови частого відвідуванні та тривалих зустрічей учасників цифрового середовища, можуть замінити соціальну онлайн-взаємодію. Віртуальне середовище сформує свої поведінкові правила та умови, сприятливі для взаємодії індивідів у рамках цифрових подорожей, взаємопов'язаних із новітніми сучасними технологіями.

Отже, віртуальна туристична подорож, на нашу думку, є одним з інноваційних напрямків розвитку міжнародного туризму. Реалізувати

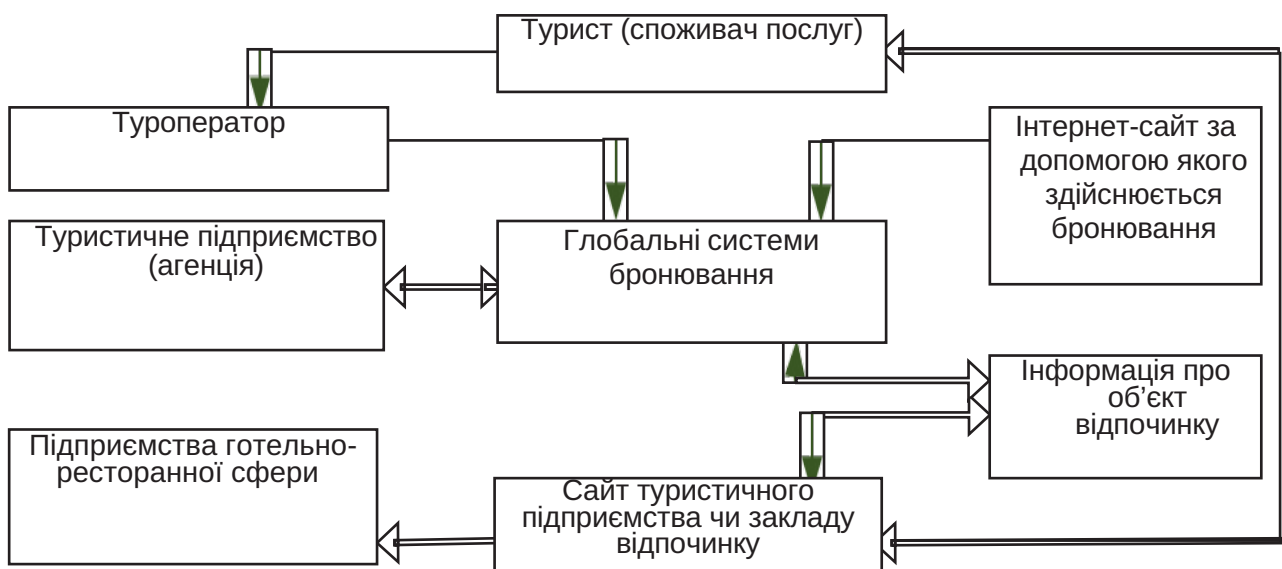


Рис. 2. Процес онлайн-бронювання індивідуальним споживачем за допомогою діджитал-засобів

Джерело: побудовано авторами на основі проведеного дослідження

такого виду подорожі можна за допомогою упровадження процесів діджиталізації і переходу туристичних підприємств на широкоформатне онлайн-обслуговування за допомогою цифрових технологій.

Висновки. В умовах жорсткої конкуренції використання засобів діджиталізації забезпечить туристичним та готельно-ресторанними підприємствам швидку реакцію на зміни ринку, збільшення прибутку за рахунок оптимізації витрат і більш високого показника лояльності клієнтів. Використання інструментів діджиталізації, орієнтованих на споживача, зокрема мобільних додатків для подорожей, цифрового персонального помічника, віртуального та доповненого маркетингу або чат-бота, є сьогодні необхідним елементом бізнес-діяльності і конкурентною перевагою для виробників туристичних та готельно-ресторанних послуг.

Провівши аналіз використання інтернет-засобів і діджитал-технологій для розвитку сфери туризму та індустрії гостинності в міжнародному аспекті, можемо зробити такі висновки:

- 1) застосування ІКТ дають змогу краще спланувати подорож, зробити її більш персоналізованою, що сприяє покращенню вражень туриста від подорожі, дає змогу ширшого охоплення цільової аудиторії тощо;
- 2) використовуючи засоби діджиталізації та цифрової трансформації у сфері туризму та індустрії гостинності, з метою донесення

інформації про туристичний об'єкт чи послугу, можна форматувати змістовий цифровий контент спрямований на латентного споживача.

3) використання цифрових технологій дасть змогу створити інноваційний туристичний продукт у формі туру, який буде направлений на конкретного споживача та задовольняти його запити;

4) інноваційним напрямком розвитку міжнародного туризму є віртуальна туристична подорож, яка реалізується за допомогою засобів ІТ-засобів та переходу туристичних підприємств на широкоформатне онлайн-обслуговування за допомогою цифрових технологій.

Отже, аналіз трендів розвитку інноваційних технологій вказують на те, що діджиталізація чинить вагомий вплив на розвиток міжнародного туризму та індустрії гостинності. Варто зауважити, що використання ІТ-засобів та інноваційних форм комунікацій з туристами надає туристичним підприємствам і закладам, що формують інфраструктуру гостинності, змогу займати лідируючі позиції на ринку та підвищувати власний рівень конкурентоспроможності. Указаний аспект формує інноваційне міжнародне туристичне середовище. Тому, на нашу думку, **подальші дослідження** у сфері міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу, мають бути спрямовані на пошук інноваційних форм реалізації туристичних подорожей із застосуванням ІТ-програм та засобів діджиталізації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. World Tourism Barometer. *UN Tourism*. 2025. URL: <https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data> (дата звернення: 18.02.2025).
2. Kozhukhivska R., Sakovska O., Skurtol S., Kontseba S., Zhmudenko V. An analysis of use of internet technologies by the consumers of tourism industries in Ukraine. *International Journal of Advanced Science and Technology*. 2020. Vol. 29. Issue 6. P. 1007–1013. URL: <http://sersc.org/journals/index.php/IJAST/article/view/9097> (дата звернення: 18.02.2025).
3. Кухарук К. С., Сухорукова А. Л. Основні аспекти діджиталізації у сфері туризму. *Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України: матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф.*, 26-27 листопада 2024 р. Харків: НТУ «Харківський політехнічний інститут», 2024. Ч. 2. С. 225–228.
4. Головчук Ю. О., Худоба О. М., Боднар Р. О. Діджиталізація у сучасній індустрії туризму та гостинності: проблеми і перспективні напрями. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2023. № 8. <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-12-03>
5. Марусей Т. В. Діджиталізація туристичного сектору як інструмент розвитку в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2020. № 8. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.8.73
6. Мельниченко С., Ткаченко Т., Дупляк Т. Діджиталізація як інструмент відновлення туризму в Європейському союзі в період пост-COVID-19. *Financial and credit activity problems of theory and practice*. 2022. № 6(41). С. 427–436. <https://doi.org/10.18371/fcaptop.v6i41.251471>

7. Паньків Н., Гуменяк В. Діджиталізація туристичних маршрутів в Україні: сучасний стан та тенденції розвитку. *Development Service Industry Management*, 2024. № 1. С. 253–267. [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5\(37\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5(37))
8. Писарева І., Яловнича К. Сталій розвиток туризму в цифрову епоху: розвиток смарт-дестинацій. *Економіка та суспільство*. 2024. № 69. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-104>
9. Волонтир Л.О. Діджиталізація як основний фактор розвитку готельно-ресторанного бізнесу. *Цифрова економіка як фактор інновацій та сталого розвитку суспільства: тези доповідей II Міжнар. наук.-практ. конф. молодих учених та студентів, 2–3 грудня 2021 р. Тернопіль: ТНТУ, 2021. С. 3–5.*
10. Tussyadiah, I.P. A review of research into automation in tourism: Launching the annals of tourism research curated collection on artificial intelligence and robotics in tourism. *Annals of Tourism Research*. 2020. № 81. 102883. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102883>.
11. Neuhofer B., Buhalis D., Ladkin A. Technology as a Catalyst of Change: Enablers and Barriers of the Tourist Experience and Their Consequences. *Information and Communication Technologies in Tourism*. 2015. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_57
12. Khatri I. Information Technology in Tourism & Hospitality Industry: A Review of Ten Years' Publications. *Journal of Tourism & Hospitality Education*. 2019. № 9. P. 74–87. <https://doi.org/10.3126/jthe.v9i0.23682>
13. Wahab I. Role of Information Technology in Tourism Industry: Impact and Growth. *International Journal of Innovative Research in Computer and Communication Engineering*. 2017. Vol. 5, Special Issue 2. P. 260–263.
14. Zhenhua H., Wenwen Y., Lifeng Ch. Research and application of tourism management in the IoT industry under the background of sustainable blockchain. *Heliyon*. 2024. Vol. 10. Issue 16. P. 1–11. URL: <https://www.cell.com/action/showPdf?pii=S2405-8440%2824%2911924-X> (дата звернення: 18.02.2025).
15. Chen W. Research on internet of things technology and its application in smart home. *Science and Technology Innovation and Application*. 2020. № 19. P. 164–165.
16. Gruman G. What digital transformation really means. *InfoWorld*. 2016. URL: <https://www.infoworld.com/article/2258541/what-digital-transformation-really-means.html> (дата звернення: 18.02.2025).

REFERENCES:

1. World Tourism Barometer. *UN Tourism*. 2025. Available at: <https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data> (accessed February 18, 2025) (in English).
2. Kozhukhivska R., Sakovska O., Skurtol S., Kontseba S., & Zhmudenko V. (2020) An analysis of use of internet technologies by the consumers of tourism industries in Ukraine. *International Journal of Advanced Science and Technology*, vol. 29, issue 6, pp. 1007-1013. Available at: <http://sersc.org/journals/index.php/IJAST/article/view/9097> (accessed February 18, 2025) (in English).
3. Kukharuk K. S. & Sukhorukova A. L. (2024) Osnovni aspekty didzhitalizatsii u sferi turyzmu [The main aspects of digitization in the field of tourism]. *Marketynhovi ta orhanizatsiini mekhanizmy povoiennoho rozvytku haluzi hostynnosti ta turyzmu Ukrainy: II Mizhnar. nauk.-prakt. konf. (Kharkiv, 26-27 November 2024)*. Kharkiv: NTU «Kharkivskiy politekhnichnyi instytut», ch. 2, pp. 225–228 (in Ukrainian).
4. Holovchuk Yu. O., Khudoba O. M. & Bodnar R. O. (2023) Didzhitalizatsiia u suchasniy industrii turyzmu ta hostynnosti: problemy i perspektyvni napriamy. [Digitalization in the modern tourism and hospitality industry: problems and promising directions]. *Problemy suchasnykh transformatsii. Seriya: ekonomika ta upravlinnia – Problems of modern transformations. Series: economics and management*, vol. 8. <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-12-03> (in Ukrainian).
5. Marusei T. V. (2020) Didzhitalizatsiia turystychnoho sektoru yak instrument rozvytku v suchasnykh umovakh [Digitalization of the tourism sector as a development tool in modern conditions]. *Efektivna ekonomika – Effective economy*, vol. 8, 10.32702/2307-2105-2020.8.73 (in Ukrainian).
6. Melnychenko S., Tkachenko T. & Dupliak T. (2022) Didzhitalizatsiia yak instrument vidnovlennia turyzmu v yevropeiskomu soiuzi v period post-COVID-19 [Digitalization as a tool for the recovery of tourism in the European Union in the post-COVID-19 period]. *Financial and credit activity problems of theory and practice*, vol. 6(41), pp. 427–436, <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v6i41.251471> (in Ukrainian).
7. Pankiv N. & Humeniak V. (2024) Didzhitalizatsiia turystychnykh marshrutiv v ukraini: suchasnyi stan ta tendentsii rozvytku [Digitalization of tourist routes in Ukraine: current status and development trends]. *Development Service Industry Management*, vol. 1, pp. 253-267. [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5\(37\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5(37)) (in Ukrainian).
8. Pysareva I. & Yalovnycha K. (2024) Stalyi rozvytok turyzmu v tsyfrovy epokhu: rozvytok smart-destynatsii [Sustainable tourism development in the digital age: developing smart destinations]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, vol. 69. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-104> (in Ukrainian).

9. Volontyr L. O. (2021) Didzhitalizatsiia yak osnovnyi faktor rozvytku hotelno-restorannoho biznesu [Digitalization as the main factor in the development of the hotel and restaurant business]. *Tsyfrova ekonomika yak faktor innovatsii ta staloho rozvytku suspilstva: II Mizhnar. nauk.-prakt. konf. molodykh uchenykh ta studentiv* (Ternopil, December 2-3, 2021). Ternopil: TNTU, 2021, pp. 3–5 (in Ukrainian).
10. Tussyadiah I.P. (2020) A review of research into automation in tourism: Launching the annals of tourism research curated collection on artificial intelligence and robotics in tourism. *Annals of Tourism Research*, vol. 81, 102883. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102883>. (in English).
11. Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2015). Technology as a Catalyst of Change: Enablers and Barriers of the Tourist Experience and Their Consequences. *Information and Communication Technologies in Tourism*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_57. (in English).
12. Khatri I. (2019) Information Technology in Tourism & Hospitality Industry: A Review of Ten Years' Publications. *Journal of Tourism & Hospitality Education*, vol. 9, pp. 74–87. <https://doi.org/10.3126/jthe.v9i0.23682> (in English).
13. Wahab I. (2017) Role of Information Technology in Tourism Industry: Impact and Growth. *International Journal of Innovative Research in Computer and Communication Engineering*, vol. 5, special issue 2, pp. 260-263 (in English).
14. Zhenhua H., Wenwen Y. & Lifeng Ch. (2024) Research and application of tourism management in the IoT industry under the background of sustainable blockchain. *Heliyon*, vol. 10. Issue 16, pp. 1–11. Available at: <https://www.cell.com/action/showPdf?pii=S2405-8440%2824%2911924-X> (accessed February 18, 2025) (in English).
15. Chen W. (2020) Research on internet of things technology and its application in smart home. *Science and Technology Innovation and Application*, vol. 19, pp. 164–165 (in English).
16. Gruman G. (2016) What digital transformation really means. *InfoWorld*. Available at: <https://www.infoworld.com/article/2258541/what-digital-transformation-really-means.html> (accessed February 18, 2025) (in English).