



ЕКОНОМІКА ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 338.487
JEL Classification L83, D92, H43

DOI: 10.37332/2309-1533.2021.7-8.6

Гугул О.Я.,
*канд. екон. наук, доцент, завідувач кафедри
міжнародного туризму і готельного бізнесу,*
Мукуль К.М.,
аспірантка кафедри міжнародного туризму
і готельного бізнесу,*
Західноукраїнський національний університет

НАПРЯМКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Huhul O.Ya.,
*and.sc.(econ.), assoc. prof., head at the department
of international tourism and hospitality business,*
Muhyl K.M.,
*postgraduate student at the department of
international tourism and hospitality business,
West Ukrainian National University, Ternopil*

DIRECTIONS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF INFORMATION AND TECHNOLOGICAL PROCESS MANAGEMENT OF TOURIST ENTERPRISES

Постановка проблеми. Впровадження інформаційних технологій, телекомунікаційних мереж, штучного інтелекту суттєво вплинуло на функціонування туристичних підприємницьких структур. Зміни інформаційно-технологічних процесів обумовили розвиток масштабної автоматизації, забезпечення можливостей контролю діяльності підприємств (персоналу) у дистанційному режимі, перенесення великих масивів інформації стосовно процедур, клієнтських баз, баз контрагентів, туристичних маршрутів у цифровий вигляд, зведення до мінімуму часу оброблення запитів з боку клієнтів і виконання операцій. В умовах стрімкого розвитку інформаційного та технологічного забезпечення питання підвищення конкурентних позицій змушує суб'єктів туристичного бізнесу розробляти напрямки інноваційного розвитку на безперервній основі. В тому числі важливою для інновацій залишається основна рушійна сила XXI ст., зокрема інформаційно-технологічні процеси, що і обумовлює актуальність дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання впровадження розумних (інтелектуальних) інновацій в сфері інформаційно-технологічних процесів вивчали: О. Дорчіч, О. Мусановіч, І. Марковіч [7], Т. Кар, Л. Стіфаніч [6], О. Токаренко, Т. Черемісіна, Н. Бабіна [5, с. 129]. Основні засади створення і впровадження інформаційно-технологічних інновацій в рамках організації екскурсійного обслуговування, що базуються на ситуативній поведінці туристів, висвітлено в роботі Т.-С. Куо, К.-С. Хуанга, Т. К. Нгуена, П. Нгуена [8], а тих, що базуються на використанні інтерактивних туристичних путівників, – в роботі С. Мумінової, В. Феоктістової, У. Вагіної [3]. Напрямки інноваційного розвитку інформаційно-технологічних процесів туристичного обслуговування, які передбачають виникнення та становлення на ринку нових видів туризму, розглядали: Н. Білоусова [1], О. Сущенко, В. Кравченко [4],

* Науковий керівник: Гугул О.Я. – канд. екон. наук, доцент

І. Корольова, В. Жиленко [2]. Незважаючи на існування певних теоретичних розвідок за даним напрямком, існує потреба комплексного вивчення сучасних підходів до зазначеної проблематики.

Постановка завдання. Метою дослідження виступає систематизація підходів стосовно інноваційних напрямків розвитку управління інформаційно-технологічними процесами на туристичних підприємствах. Задля досягнення зазначеної мети визначено наступні завдання: характеристика інноваційних напрямків розвитку управління інформаційно-технологічними процесами на туристичних підприємствах; систематизація основних підходів щодо використання вказаних напрямків у зазначеній сфері.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасні зовнішні умови функціонування туристичних підприємств складають вагомий загрозу для їх розвитку, оскільки їх перебіг та особливості не є позитивними як для туризму, так і для багатьох інших галузей. Це, зокрема, карантинні обмеження, заборони, висока захворюваність населення, яка скорочує туристичні потоки як всередині країни, так і за її межами. Розробка та впровадження інноваційних напрямків розвитку в сфері інформаційно-технологічних процесів є запорукою підтримання та зростання конкурентоспроможності підприємств туризму. Сформулюємо основні сучасні напрями інноваційного розвитку управління інформаційно-технологічними процесами туристичних підприємств.

По-перше, потрібно виокремити підхід, пов'язаний із впровадженням розумних (інтелектуальних) інновацій в сфері інформаційно-технологічних процесів. В рамках вказаного підходу виокремлюють орієнтир процесів обслуговування на використання інтелектуальних поведінкових інформаційно-комунікаційних додатків в рамках всього туристичного пакету з урахуванням культурних цінностей туристів.

Відповідно до вказаного підходу потрібно відмітити характеристику розумних (інтелектуальних) інновацій в сфері інформаційно-технологічних процесів обслуговування, представлену в дослідженні О. Дорчич, О. Мусанович, І. Маркович [7]. Зокрема, авторки визначають підхід китайських туристичних компаній, в рамках якого передбачено використання мобільного додатку, в якому реєструється кожний туристичний пакет, і який включає:

- покрокову інструкцію стосовно туру. Вказаний функціонал сформований на основі даних щодо моделей поведінки туристів з огляду на їх культурні особливості. А саме, враховано можливі моделі використання інструкції з боку різних категорій туристів (за особливостями їх культурних цінностей);

- функцію вибору альтернативних пропозицій з урахуванням запитів туриста. Зазначена функція вибору стосується: культурної програми туру (для туристів із різних культурних середовищ з врахуванням їхніх інтересів пропонується певна програма); кухня (національна, місцева, кухня країн світу або кухня країни походження туриста (якщо вказане можливо в рамках певних туристичних локацій)); мова обслуговування тощо. Вказана функціональна пропозиція передбачає комплексну інформаційно-комунікаційну підтримку туриста з огляду на особливості його культурних цінностей (туристи із Сходу, Заходу, країн мусульманського світу тощо). При цьому, вільний орієнтир мобільного додатку забезпечується за умов, якщо турист погодився на реєстрацію та передавання власних особистих даних стосовно країни походження, статі, віку, інших культурних цінностей, які необхідно зазначити в процесі реєстрації;

- функцію вирішення непередбачуваних обставин. Введення даної функції є дуже важливим для іноземних туристів або туристів, які подорожують за кордоном, туристів із особливими потребами тощо. Реалізація запитів в рамках зазначеної функції також передбачає врахування культурних особливостей туриста, який є користувачем вказаного мобільного додатку.

Можемо зазначити, що представлений підхід стосовно використання зазначеного мобільного додатку є інноваційним для туристичного ринку, він може бути легко адаптованим для умов українського ринку туризму та щодо функціонування сучасних туристичних підприємств, позитивно вплине на залучення та утримання певного клієнтського сегменту.

В рамках підходу щодо впровадження розумних (інтелектуальних) інновацій в сфері інформаційно-технологічних процесів слід відзначити дослідження Т. Кар, Л. Стіфаніч [6], О. Токаренко, Т. Черемісіної, Н. Бабіної [5, с. 129], які висвітлюють інновації, пов'язані із використанням технологічної тенденції Інтернет-речей. Як вказують О. Токаренко, Т. Черемісіна, Н. Бабіна [5, с. 129], вказана технологія націлена на забезпечення зв'язку між звичайними об'єктами (приладами, пристроями, іншими речами), який базується на введенні в них підключених до Інтернету датчиків і передаванні даних в режимі онлайн. Інтелектуальна технологія, що використовує дані Інтернету речей, відкриває нові можливості для індустрії подорожей та гостинності. Інтелектуальні інновації також забезпечують доступ до підключення до різноманітної інформації щодо транспорту, розваг, турів, магазинів та готелів. За твердженням Т. Кар, Л. П. Стіфаніч [6], Інтернет речей:

- використовується в багатьох різних сферах для підвищення ефективності та забезпечення кращого досвіду роботи з клієнтами;

- покращує відчуття гостями піклування, гостинності та затишку в приміщеннях розміщення, допомагає краще зрозуміти їх поведінку;

- передбачає використання мобільних додатків, які, переважно, обирають туристів як цільову аудиторію. Серед вказаних додатків можна виділити: додатки, які характеризують маршрути; додатки,

в яких є електронні помічники стосовно спілкування з персоналом аеропортів, залізниць, автобусних станцій, таксистами, оформлення документів, багажу; додатки, які регулюють стан здоров'я впродовж поїздки із автоматичним пересиланням даних сімейному лікарю, відправленням останнім рекомендацій щодо профілактики, лікування, певних заходів у разі потреби; додатки, які автоматично знаходять заклади харчування та пропонують ті, які найкраще відповідають інтересам туриста тощо. Підключаючись до різних пристроїв, туристи за допомогою вказаних додатків можуть отримати інформацію про зовнішнє середовище та продовжити подорож без додаткової допомоги;

– включає експлуатацію нових транспортних засобів різних категорій, які контролюють такі параметри, як ремінь безпеки, подушка безпеки, серцебиття, рівень вологості у навколишньому середовищі, і які розроблені за допомогою необхідних датчиків та обладнання. Облаштування вказаними елементами дає туристам впевненість у безпеці перельотів, поїздок, є важелем для повторного звернення до туристичного підприємства, яке забезпечило тур вказаними транспортними засобами;

– обумовлює можливість використання систем, які дозволяють керувати практично за допомогою однієї кнопки багатьма різними потребами, такими як інтелектуальні системи, кімнатне освітлення, ліфти, електричні ланцюги, які часто зустрічаються в готелях, готельних комплексах.

Слід зазначити, що інноваційна технологія Інтернет речей є достатньо масштабною і отримує певний розвиток в сфері діяльності туристичних підприємств України. Хоча існує широкий спектр напрямків у даній сфері, які можуть отримати значного розвитку. Зокрема, можемо запропонувати перелік напрямків реалізації інноваційної технології Інтернет речей в рамках діяльності українських туристичних підприємств:

– розробка та використання додатків, які будуть виводити на сенсорний екран інформаційно-комунікаційного пристрою інформацію стосовно готелю (ресторану), його номерів окремо, всіх додаткових послуг і пропозицій, які існують фактично. Вказані додатки можуть бути використані в тих готелях, ресторанах, які підключені до мережі, що пропонує такий сервіс інформування клієнтів;

– розробка та впровадження додатків супроводу туристів у таксі із вбудованим перекладачем, системою безпеки (запис розмов із водієм, передавання їх туристичному модератору у разі виникнення конфліктів, непорозуміння стосовно обслуговування, оплати за проїзд тощо). Використання таких додатків є достатньо актуальним для України, де часто виникають непорозуміння між туристами і водіями таксі стосовно обслуговування, цін на послуги тощо. Відповідна підтримка в процесі транспортного обслуговування сприятиме зростанню туристичних потоків в Україну з боку зарубіжних туристів.

По-друге, можна розглянути підхід щодо створення інформаційно-технологічних інновацій в рамках організації екскурсійного обслуговування, що базується на ситуативній поведінці туристів.

В контексті зазначеного підходу можемо відзначити положення дослідження Т.-С. Куо, К.-С. Хуанга, Т. К. Нгуєна, П. Нгуєна [8]. Зокрема, автори висвітлюють теоретичні аспекти моделі прийняття технологій (TAM), відповідно до якої розроблено технологічне рішення (мобільний додаток) інтерактивного екскурсійного обслуговування, заснованого на ситуативній поведінці туристів. Згідно із визначенням характеристики даного рішення, виявлено, що туристам пропонується:

– реєстрація у додатку, встановленому на інформаційно-комунікаційному засобі туриста, реєстрація туристичного пакета в особистому кабінеті туриста. Вказані операції здійснюються швидко та зручно за допомогою введення власного ідентифікаційного коду та номера туристичного пакета;

– комунікація щодо ознайомлення із туристичними екскурсійними локаціями за допомогою спілкування з електронним помічником під час прогулянки туристичним маршрутом, передбаченим умовами туру. Комунікація здійснюється за допомогою голосового спілкування або спілкування у формі текстових повідомлень. При представленні альтернатив екскурсій електронний помічник надсилає туристу в особистий кабінет додатку фотографії, інформацію стосовно обраних місць, також визначається перелік додаткових послуг (харчування, розваги, шопінг, інші послуги відповідно до визначених туристом інтересів та пріоритетів). Спілкування між туристом і електронним помічником здійснюється мовою, обраною клієнтом;

– вибір екскурсій, який є заключною або проміжною складовою екскурсійного обслуговування. Якщо в рамках туру передбачено кілька (або більше) екскурсій, комунікація здійснюється для вибору всіх їх видів.

На наш погляд, розглянутий вид інноваційного розвитку інформаційно-комунікаційних процесів є ефективним інструментом для залучення туристів, які орієнтовані на безперервну підтримку під час всього процесу участі у турі. Зазначений варіант впровадження інновацій може бути реалізований в практиці роботи українських туристичних підприємств, які тісно співпрацюють в системі просування основних туристичних дестинацій України на рівні регіонів, місць, країни.

По-третє, необхідно відмітити підхід стосовно впровадження інформаційно-технологічних інновацій в межах організації екскурсійного обслуговування, що базується на використанні інтерактивних туристичних путівників.

В контексті зазначеного підходу можемо визначити погляди С. Мумінової, В. Феоктістової, У. Вагіної [3, с. 8-9], в рамках яких визначено характеристики інтерактивних туристичних путівників, які є інноваційними елементами розвитку інформаційно-технологічного забезпечення підприємств досліджуваної сфери. А саме, авторки визначають, що туристичні путівники також активно переходять у формат мобільних додатків, вони стають багатофункціональними, зручнішими для користувачів у порівнянні з друкованими аналогами. Дослідниці перераховують докладні можливості таких додатків (інтерактивних туристичних путівників), які набувають популярності у країнах ЄС. Згідно із твердженням авторок, даний інноваційний продукт дозволяє:

- працювати з картою міста в режимі офлайн (що вкрай важливо для туристів з інших країн);
- отримати доступ до детального опису туристичних атракцій у режимі офлайн;
- купувати квитки для доступу до туристичних атракцій або бронювати організовані екскурсії;
- визначити власне розташування за допомогою функції «Ти тут»;
- придбати електронну карту туриста, яка дозволяє отримати доступ до великої кількості атракцій.

На думку дослідниць, ця інновація цікава тим, що в ній поєднуються кілька типів, описаних нижче:

- по-перше, модель отримання прибутку у ній не стандартна «товар-гроші», а так звана freemium (від англ. free minimum – безкоштовний мінімум), тобто сам продукт безкоштовний, а додатковий продукт чи послуга надається за гроші;
- по-друге, у ній проявляється взаємовигідне співробітництво з компаніями (туристичними атракціями), доступ до яких отримує турист при купівлі електронної картки;
- по-третє, багатофункціональність мобільного додатка робить його привабливішим для споживачів порівняно з окремими аналогами: навігаторами та Інтернет-сайтами окремих атракцій.

С. Мумінова, В. Феоктістова, У. Вагіна [3, с. 9] зазначають, що вказаний інноваційний елемент починає знаходити застосування в:

- музейній сфері. Авторки відзначають, що сучасні світові музеї розробляють аудіогіди для власних експозицій, що якісно змінює робочий процес. Платні аудіоекскурсії для мобільних додатків дозволяють музеям: отримувати додаткові доходи; оптимізувати власні витрати щодо обслуговування традиційних технічних засобів (проведення їх ремонту, зарядження, обслуговування тощо);
- готельній сфері. За твердженням дослідниць, засоби розміщення поступово опановують вказані додатки із використанням технології NFC (комунікації ближнього поля або ближній безконтактний зв'язок), яка є технологією бездротового передавання даних малого радіусу дії, яка дозволяє здійснювати обмін даними на рівні пристроїв, що знаходяться на відстані близько 10 см. Вказана технологія змінює традиційний порядок реєстрації при розміщенні гостей в готелях. Умови її використання передбачають: в зазначений час до прибуття до готелю або під час знаходження в ньому гість отримує повідомлення про те, що його номер готовий до заселення і він може здійснити процедуру реєстрації; після завершення он-лайн реєстрації в мобільному додатку активується електронний ключ-карта до номеру, який прикладається туристом до електронного замка. Відповідно, із використанням даної технології в готелі змінюється організація робочого процесу, який стає більш досконалим з точки зору безпеки, надійності, зручності для персоналу та гостей.

По-четверте, можемо відзначити підхід інноваційного розвитку інформаційно-технологічних процесів туристичного обслуговування, який передбачає виникнення та становлення на ринку нових видів туризму.

Відповідно до змісту четвертого підходу слід розглянути положення дослідження Н. Білоусової [1, с. 28], яка характеризує основні аспекти здійснення такого інноваційного виду туризму, як віртуальний. Авторка вказує, що пропонуючи інтерактивність, швидкість та необмежену доступність, Інтернет створив передумови для виникнення такого явища в туризмі, як віртуальний туризм, який на нинішньому етапі передбачає використання віртуальних екскурсій. За твердженням дослідниці, на сучасному етапі розвитку віртуальний туризм відомий у вигляді 3D-екскурсій, 3D-панорам, 3D-турів. Як справедливо зазначає Н. Білоусова, віртуальний туризм є парадоксальним явищем, сутність якого не відповідає стандартному загальноприйнятому розумінню чи класичному трактуванню туризму, і він на сьогоднішній день пропонується у вигляді пасивної форми відпочинку за відсутності необхідності зміни своєї геолокації, не передбачає реального використання різних природних, рекреаційно-туристичних ресурсів та об'єктів історико-культурної спадщини тощо. Як відзначає авторка, спільною ланкою віртуального та традиційного туризму є їхня тривалість, яка включає повну добу. Тобто, туристу в рамках обох видів туризму пропонується цілодобове проведення часу за визначеними умовами туру. Можемо не повністю погодитись із авторкою, оскільки не всі види традиційного туризму та тури в їх рамках передбачають програму впродовж 24 годин. Вказані програми можуть обмежуватись роботою відповідних служб, зокрема, екскурсійної, ресторанних закладів тощо. А в умовах використання віртуального туру вказане обслуговування може передбачати цілодобове туристичне обслуговування, турист може віртуально відвідувати музеї, різні туристичні локації без часових обмежень. Н. Білоусова зазначає, що на сьогоднішньому етапі розвитку віртуальний туризм має більш конкретну та відповідну назву, це, зокрема, віртуальна екскурсія. Як відзначає авторка, у форматі 3D віртуальні екскурсії

виглядають як фотореалістичні картинки для демонстрації об'ємного простору та дають можливість сприймати великий обсяг необхідної візуальної інформації. Згідно із поглядами О. Сущенко, В. Кравченко [4, с. 21], перевагами віртуальних екскурсій виступають: ефект інтерактивності, що забезпечує уявну присутність та дає змогу користувачам не тільки бути пасивними спостерігачами, а й приймати активну участь у процесах; можливість реалізації потреб у туризмі для осіб з особливими потребами, які мають проблеми із пересуванням, фінансові проблеми тощо; забезпечення інформативності стосовно одержання часткової або повної інформації про об'єкти туристичних дестинацій; можливості для ретельного вивчення об'єктів із використанням 3D-зображень; простота і універсальність щодо застосування, коли тур може бути розміщений на будь-яких електронних носіях або завантажений із сайтів для доступного та масового використання; можливість економії часу та коштів (для придбання традиційних подорожей необхідні значні фінансові витрати, а для віртуальних – такі витрати не потрібні, є можливість економії часу); безпека у процесі віртуальної подорожі чи віртуальної екскурсії; забезпечення достовірності та переконливості (надається можливість подивитися будь-які куточки геопростору на відміну від статичних фотографій). При цьому, на думку О. Сущенко, В. Кравченко [4, с. 21], до недоліків віртуального туризму (віртуальних екскурсій) можна віднести: нестачу людських емоцій; невисокий рівень запам'ятовувань інформації стосовно туристичних об'єктів, пам'яток; повноцінність зображення забезпечується тільки при використанні електронних носіїв.

Як зазначають І. Корольова, В. Жиленко [2], віртуальний туризм набуває на нинішньому етапі більших ознак комерціалізації, інтерактивності. А саме, створюють інтерактивні ігри, які розроблені із збереженням атмосфери об'єктів; розширення засобів ознайомлення із об'єктами через вбудовані у мобільні додатки 3D-лупи, спеціальні ручки, які дозволяють змінити стан об'єктів на власному інформаційно-комунікаційному засобі тощо. На сьогоднішній день певні інтерактивні засоби високої якості є платними, що сприяє розвитку музеїв, туристичних компаній тощо.

Можемо зазначити, що використання віртуального туризму в перспективі може бути розширене, і, окрім віртуальних екскурсій, можуть знайти застосування віртуальні дегустації (віртуальний гастротуризм). Вказаний вид туризму великою мірою сприятиме розвитку традиційного гастротуризму або підвищенню обсягів збуту продуктів, які дегустують (он-лайн продажі).

Висновки з проведеного дослідження. В дослідженні наведено характеристику інноваційних напрямків розвитку управління інформаційно-технологічними процесами на туристичних підприємствах, систематизовано основні підходи щодо використання вказаних напрямків у зазначеній сфері. Так, виокремлено наступні підходи стосовно інноваційних напрямків розвитку управління інформаційно-технологічними процесами в туризмі: підхід, пов'язаний із впровадженням розумних (інтелектуальних) інновацій в сфері інформаційно-технологічних процесів, розроблених з урахуванням культурних цінностей туристів; підхід щодо створення інформаційно-технологічних інновацій в рамках організації екскурсійного обслуговування, що базується на ситуативній поведінці туристів; підхід стосовно впровадження інформаційно-технологічних інновацій в межах організації екскурсійного обслуговування, що базується на використанні інтерактивних туристичних путівників; підхід інноваційного розвитку інформаційно-технологічних процесів туристичного обслуговування, який передбачає виникнення та становлення на ринку нових видів туризму. В рамках першого підходу передбачено використання: 1) мобільних додатків, які є інструкціями для участі у турі і включають: покрокову інструкцію стосовно туру, сформовану на основі даних щодо моделей поведінки туристів з урахуванням їхніх культурних особливостей; функцію вибору альтернативних пропозицій з урахуванням запитів туриста; функцію вирішення непередбачуваних обставин; 2) технологічної тенденції Інтернет-речей (зазначена технологія орієнтована на забезпечення зв'язку між звичайними об'єктами (приладами, пристроями, іншими речами), який базується на введенні в них підключених до Інтернету датчиків і передаванні даних в режимі онлайн)). В контексті другого наукового підходу слід відмітити технологічне рішення (мобільний додаток) інтерактивного екскурсійного обслуговування, заснованого на ситуативній поведінці туристів, в рамках якого туристам пропонується: реєстрація у додатку, встановленому на інформаційно-комунікаційному засобі туриста, реєстрація туристичного пакета в особистому кабінеті туриста; комунікація щодо ознайомлення із туристичними екскурсійними локаціями за допомогою спілкування з електронним помічником під час прогулянки туристичним маршрутом, передбаченим умовами туру; вибір екскурсій, який є заключною або проміжною складовою екскурсійного обслуговування. В площині третього підходу визначено характеристики інтерактивних туристичних путівників, які є інноваційними елементами розвитку інформаційно-технологічного забезпечення підприємств досліджуваної сфери, зокрема, вони дозволяють: працювати з картою міста в режимі офлайн (що важливо для туристів з інших країн); отримати доступ до детального опису туристичних атракцій у режимі офлайн; купувати квитки для доступу до туристичних атракцій або бронювати організовані екскурсії; визначити власне розташування за допомогою функції «Ти тут»; придбати електронну карту туриста, яка дозволяє отримати доступ до великої кількості атракцій. Встановлено, що віртуальний туризм як інноваційний вид туризму на нинішньому етапі передбачає використання віртуальних екскурсій. Серед перспектив подальших

наукових розвідок можна виділити питання теоретичного обґрунтування та механізмів впровадження нових видів туризму та інших інноваційних напрямків.

Література

1. Белоусова Н. В. Интеграция инновационных технологий в основные сегменты туристской индустрии. *Вестник ВГУ*. 2019. № 4. С. 23-30.
2. Королева И. С., Жиленко В. Ю. Развитие инновационных технологий в туристской и сервисной деятельности. *Вестник НИУ "БелГУ"*. 2017. № 17. С. 246-248.
3. Муминова С. Р., Феоктистова В. М., Вагина У. В. Инновации в туризме на основе информационных технологий. *Сервис в России и за рубежом*. 2018. № 1(79). С. 6-15.
4. Сущенко О. А., Кравченко В. В. Становлення віртуального туризму як напряму розвитку інформатизації діяльності туристичного підприємства. *Комунальне господарство міст*. 2018. Вип. 140. С. 19-24.
5. 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.
6. Car T., Stifanich L. P. Mobile technology: a tool to increase hotel sales and revenue. *Proceedings of the Third EBOR*. 2020. Vol. 1. P. 454-465.
7. Dorcic J., Musanovic J., Markovic S. Mobile technologies and applications towards smart tourism – state of the art. *Tourism Review*. 2018. Vol. 74(9). P. 82-103.
8. Kuo T.-S., Huang K. C., Nguyen T. Q., Nguyen P. H. Adoption of mobile applications for identifying tourism destinations by travellers: an integrative approach. *Journal of Business Economics and Management*. 2019. Vol. 20(5). P. 860-877.

References

1. Belousova, N.V. (2019), "Integration of innovative technologies into the main segments of the tourism industry", *Vestnik VGU*, no. 4, pp. 23-30.
2. Koroleva, I.S. and Zhilenko, V.Yu. (2017), "Development of innovative technologies in tourism and service activities", *Vestnik NIU "BelGU"*, no. 17, pp. 246-248.
3. Muminova, S.R., Feoktistova, V.M. and Vagina, U.V. (2018), "Information technology innovation in tourism", *Servis v Rossii i za rubezhom*, no. 1(79), pp. 6-15.
4. Sushchenko, O.A. and Kravchenko, V.V. (2018), "Formation of virtual tourism as a direction of development of informatization of activity of the tourist enterprise", *Komunalne hospodarstvo mist*, Iss. 140, pp. 19-24.
5. Tokarenko, O.I., Cheremisina, T.V. and Babina, N.I. (2020), "Digital technologies in the international tourism and hotel industry", *Infrastruktura rynku*, Iss. 44, pp. 126-130.
6. Car, T. and Stifanich, L.P. (2020), "Mobile technology: a tool to increase hotel sales and revenue", *Proceedings of the Third EBOR*, Vol. 1, pp. 454-465.
7. Dorcic, J., Musanovic, J. and Markovic, S. (2018), "Mobile technologies and applications towards smart tourism – state of the art", *Tourism Review*, Vol. 74(9), pp. 82-103.
8. Kuo, T.-S., Huang, K.C., Nguyen, T.Q. and Nguyen, P.H. (2019), "Adoption of mobile applications for identifying tourism destinations by travellers: an integrative approach", *Journal of Business Economics and Management*, Vol. 20(5), pp. 860-877.