

Олександр Д. Коваль*

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ ГІРСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Ця стаття присвячена розгляду інформаційно-аналітичного забезпечення розвитку туризму в гірських регіонах з метою визначення стратегічних напрямків для підвищення ефективності та конкурентоспроможності цієї галузі в соціально-економічній системі. Метою даної статті є визначення оптимального інформаційно-аналітичного забезпечення для розвитку туризму в гірських регіонах. Інформаційно-аналітичне забезпечення розвитку туризму в соціально-економічній системі гірських територій визначено як комплекс заходів і інструментів, спрямованих на збір, аналіз та інтерпретацію інформації щодо туристичної діяльності в гірських регіонах з метою оптимізації розвитку туризму в цих областях. Інформаційно-аналітичне забезпечення відіграє визначальну роль у розвитку туризму, забезпечуючи необхідну інформацію для прийняття стратегічних рішень, а також виявлення можливостей та проблем в даній галузі. В результаті, дослідження нами визначено основні складові інформаційно-аналітичне забезпечення туризму в соціально-економічній системі гірських територій. А саме: збір та аналіз туристичної статистики; проведення маркетингових досліджень; застосування системи управління напрямками (DMS), впровадження географічних та інших автоматизованих інформаційних систем; організацію онлайн-платформ та цифрового маркетингу; проведення моніторингу вражень від відвідування; аналіз туристичної політики.

Ключові слова: інформація, розвиток, туризм, гірські території, інформаційно-аналітичне забезпечення, система.

Табл. 1. Літ. 11.

DOI: 10.32752/1993-6788-2025-1-294-141-150

Oleksandr Koval

INFORMATION AND ANALYTICAL SUPPORT FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE SOCIO-ECONOMIC SYSTEM OF MOUNTAINOUS TERRITORIES

This article is dedicated to examining the information and analytical support for tourism development in mountainous regions with the aim of identifying strategic directions to enhance the efficiency and competitiveness of this sector within the socio-economic system. The purpose of this article is to determine the optimal information and analytical support for tourism development in mountainous regions. Information and analytical support for tourism development in the socio-economic system of mountainous territories is defined as a complex of measures and tools aimed at collecting, analyzing, and interpreting information regarding tourist activities in mountainous regions with the goal of optimizing tourism development in these areas. Information and analytical support play a crucial role in tourism development by providing necessary information for strategic decision-making and identifying opportunities and challenges in the industry. The structure of the information and analytical support system for tourism development should include the following subsystems: a system of statistical data; a system of internal reporting of tourism enterprises in the region; a system of marketing intelligence and research; and a system for analyzing the collected information. Key components and tools of information and analytical support for tourism development include the following automation systems: Universal Transverse Mercator (UTM),

* National Academy of Management. Ukraine.

Tourism Management System (TMS), and Soft Hotel. As a result of our research, we have identified the main components of information and analytical support for tourism in the socio-economic system of mountainous territories, namely: collection and analysis of tourism statistics; conducting marketing research; implementation of destination management systems (DMS); adoption of geographic and other automated information systems; organization of online platforms and digital marketing; conducting visitor experience monitoring; and analysis of tourism policies.

Keywords: information, development, tourism, mountainous territories, information and analytical support, system.

Peer-reviewed, approved and placed: 04.12.2025

Постановка проблеми. Гірські регіони, завдяки своїй природній красі та унікальним культурним спадщинам, привертають увагу туристів з усього світу. Розвиток туризму в гірських територіях відіграє важливу роль у соціально-економічному зростанні цих регіонів. Однак ефективний розвиток туризму в гірських районах потребує належного інформаційно-аналітичного забезпечення для досягнення свого потенціалу та максимального впливу на соціально-економічну систему.

Незважаючи на потенціал розвитку, існують численні виклики та проблеми, які перешкоджають повному використанню туристичного потенціалу гірських територій. До таких проблем можна віднести недостатню доступність інформації про туристичні можливості регіонів, нестабільність та недостатність інфраструктури, відсутність цільової маркетингової стратегії, а також недостатню увагу до управління ризиками та сталого розвитку туризму.

Отже, актуальною є проблема ефективного інформаційно-аналітичного забезпечення розвитку туризму в гірських територіях з метою ідентифікації пріоритетних напрямків та стратегій, спрямованих на максимізацію позитивного впливу туризму на соціально-економічний розвиток цих регіонів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз останніх досліджень та публікацій показує, що інформаційно-аналітичне забезпечення розвитку туризму в гірських територіях стає все більш актуальною проблемою у наукових та практичних дослідженнях. Вчені та експерти визначають цю тему як ключову для ефективного управління туризмом і підвищення його впливу на соціально-економічний розвиток гірських регіонів. Проаналізовані нами дослідження зосереджуються на різноманітних аспектах інформаційно-аналітичного забезпечення, включаючи: аналіз туристичного потенціалу, оцінку інфраструктури, маркетинг та просування, управління ризиками та сталий розвиток. Так, у роботах Паньків Н.М., Мальської М. П. [5], Марценюк Л.В. [6], Мелешко К.К. Писаревський І.М. [7], розглядають природні, культурні, історичні та соціально-економічні ресурси територій і їх потенціал для розвитку туризму. У праці [8] вивчається наявність та якість туристичної інфраструктури у гірських регіонах, включаючи готелі, ресторани, транспортні зв'язки та інші послуги. В дослідженнях [4] також розглядають стратегії маркетингу та просування для залучення туристів до гірських територій, включаючи використання цифрових технологій та інтернет-маркетингу. У дослідженнях авторів Шелеметьєвої Т. В. і Зайцевої В. М. [10] приділено увагу впливу туризму на соціально-економічний розвиток

регіону. В цьому зв'язку, аналізуються позитивні та негативні соціально-економічні наслідки розвитку туризму в гірських регіонах, такі як зростання доходів, збереження культурної спадщини, але також перевантаження інфраструктури та екологічні проблеми.

Незважаючи на значну кількість досліджень щодо оцінки розвитку туризму, існує потреба в подальших наукових дослідженнях, які б враховували більший спектр аспектів та змін у суспільстві та навколишньому середовищі. Розширення обсягу досліджень для охоплення різних вимірів розвитку туризму, таких як соціокультурні, економічні, екологічні та технологічні фактори, забезпечить більш всебічне розуміння предмету. Це може включати вивчення впливу туризму на місцеві спільноти, збереження культурної спадщини, практики сталого туризму, стратегії управління напрямками та інтеграцію цифрових технологій у практику туристичної діяльності.

Метою даної статті є дослідження та визначення оптимального інформаційно-аналітичного забезпечення для розвитку туризму в гірських регіонах для підвищення ефективності та конкурентоспроможності цієї галузі в соціально-економічній системі. Для досягнення сформульованої мети визначено наступні завдання:

- визначити роль інформаційно-аналітичного забезпечення у розвитку туризму на сучасному етапі;
- провести аналіз існуючих систем інформаційного забезпечення туризму в гірських регіонах;
- розробити рекомендації щодо вдосконалення системи інформаційного забезпечення туризму в гірських територіях на основі зібраної інформації та проведеного аналізу.

Основні результати дослідження. Гірські регіони України приваблюють все більше туристів як у літній, так і у зимовий періоди. Зросла популярність екотуризму, активного відпочинку, гірського лижного спорту та альпінізму. Завдяки інвестиціям передвоєнних років у розвиток туризму, багато гірських регіонів вдосконалили свою інфраструктуру. Це включає покращення готелів, ресторанів, канатних доріг, туристичних маршрутів та інших послуг. На ефективність туристичної діяльності у гірських регіонах суттєво впливає сезонність. Більшість гірських курортів мають сезонний характер діяльності (зазвичай літом або зимою), тому для підтримки стабільного туристичного руху потрібні заходи для розвитку туризму в інші пори року. Окрім того, у гірських регіонах стає все більше популярним розвиток сільського туризму. Це має позитивний вплив на стан соціально-економічної системи гірських територій, так як сприяє розвитку маленьких сільських громад та сприяє збереженню місцевих традицій та культури. Проте, у багатьох гірських регіонах спостерігається збільшення зацікавленості в екотуризмі та екологічно чистому відпочинку. Це вимагає збереження природного середовища та створення екологічно чистих туристичних маршрутів.

До викликів туризму у гірських регіонах можна віднести збереження природного середовища, контроль за надмірним туризмом, питання інфраструктури та доступу до гірських територій, а також розвиток економіки та підтримка місцевого населення.

Інформаційно-аналітичне забезпечення розвитку туризму в соціально-економічній системі гірських територій – це комплекс заходів і інструментів, спрямованих на збір, аналіз та інтерпретацію інформації щодо туристичної діяльності в гірських регіонах з метою оптимізації розвитку туризму в цих областях. Інформаційно-аналітичне забезпечення відіграє визначальну роль у розвитку туризму, забезпечуючи необхідну інформацію для прийняття стратегічних рішень, а також виявлення можливостей та проблем в даній галузі. В контексті гірських територій, де туризм виконує ключову соціально-економічну функцію, інформаційно-аналітичне забезпечення набуває особливого значення.

До головних аспектів інформаційно-аналітичного забезпечення туризму в гірських регіонах доцільно віднести:

1. Аналіз туристичного попиту. Збір та аналіз даних щодо потенційних туристів, їхніх інтересів, уподобань та споживчих звичок для адаптації туристичних пропозицій та розвитку нових.

2. Маркетингові дослідження. Дослідження ринку та конкурентоспроможності гірських регіонів, розробка маркетингових стратегій та просування туристичних продуктів [4].

3. Оцінка інфраструктури. Аналіз доступності та розвиненості туристичної інфраструктури, у тому числі шляхів сполучення, проживання, харчування, розваг та інших послуг [10].

4. Створення туристичної продукції. Розробка та оцінка туристичних маршрутів, екскурсійних програм, культурних подій та інших видів туристичної продукції.

5. Прогнозування та управління ризиками. Прогнозування та аналіз можливих ризиків у туристичній галузі та розробка стратегій їх управління.

Дослідження показали, що існуюча туристична інформаційна та аналітична підтримка для розвитку туризму в гірських регіонах значно відрізняється залежно від конкретного регіону та рівня туристичної інфраструктури та інвестицій. У деяких областях, що характеризуються особливо популярними туристичними напрямками, наявні комплексні та високорівневі інформаційні та аналітичні системи, тоді як в інших, особливо в віддалених або менше розвинених регіонах, такі системи можуть бути відсутніми або ж примітивними.

На думку багатьох дослідників [2; 9; 11] структура системи інформаційно-аналітичного забезпечення розвитку туристичної сфери має охоплювати такі наступні підсистеми:

- систему статистичних даних;
- систему внутрішньої звітності туристичних підприємств регіону;
- систему маркетингової розвідки та досліджень;
- систему аналізу отриманої інформації.

Система внутрішньої звітності сприяє відстеженню та накопиченню інформації про фінансовий стан та результати діяльності підприємств на туристичному ринку. Ця інформація включає показники, що відображають обсяги продажу туристичних послуг, рух грошових коштів, рентабельність продукції та інші аспекти. Система маркетингової розвідки, у свою чергу,

спрямована на отримання актуальної інформації про зовнішнє середовище маркетингу, таке як постачальники, клієнти, посередники та конкуренти [4]. Це дозволяє керівництву маркетингової служби пришвидшити процес прийняття рішень. Джерелами отримання цих даних можуть бути власний персонал туристичних підприємств, персонал конкурентів, незалежні експерти та партнери.

Споживач займає особливе місце серед джерел маркетингових даних, оскільки вивчаючи його, можна отримати інформацію про його враження від якості обслуговування та визначити такі показники, як прибутковість, лояльність та цінність клієнта. Інформацію про конкурентів можна отримати з різних джерел, таких як прес-релізи, рекламні повідомлення та спостереження. Особливістю маркетингової розвідки на ринку є наявність великої кількості інформації про послуги в Інтернеті, такі як онлайн-огляди, відгуки та думки покупців про туристичні послуги. У зарубіжному досвіді часто практикується придбання маркетингових досліджень у сторонніх агентств або великих дослідницьких компаній. Наприклад, компанія Retail Index відображає дані щодо продажів конкретних товарів та умов їх зберігання; Nielsen надає інформацію про частку марочних товарів на ринку та їх ціни; Key Account Scantrack надає щотижневі огляди з аналізом продажів, еластичності цін та ефективності просування товарів. Система аналізу даної інформації передбачає використання різноманітних методів та моделей для проведення аналітичних та прогнозних розрахунків.

Актуальним і важливим аспектом для підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємств туристичного сектору є автоматизація систем інформаційно-аналітичного забезпечення [3]. Основними продуктами для автоматизації в вітчизняній туристичній галузі подані нами в табл.1.

Подані системи автоматизації в туристичній галузі України, як важлива база та інструмент інформаційно-аналітичного забезпечення розвитку туризму, мають як свої переваги, так і недоліки. До переваг слід віднести:

1. Підвищення ефективності. Як показує досвід, автоматизація дозволяє зменшити ручні операції та спростити багато процесів, що полегшує роботу та підвищує продуктивність працівників.

2. Покращення обслуговування клієнтів. Системи автоматизації суттєво допомагають в управлінні бронюваннями, відстеженні замовлень, наданні інформації клієнтам та іншій діяльності, що покращує якість обслуговування.

3. Використання систем автоматизації може зменшити ризик помилок та неправильних рішень, оскільки багато процесів виконується автоматично та без участі людини.

4. Зменшення витрат на операційну діяльність бізнесу.

Наше дослідження також дозволило виділити ряд недоліків та проблем, які супроводжують впровадження систем автоматизації в вітчизняну туристичну галузь. До них ми віднесли:

1. Впровадження та налаштування систем автоматизації може бути дорогим і часо-затратним процесом, особливо для малих та середніх підприємств.

2. Потреба у навчанні персоналу. Використання нових технологій вимагає підготовки персоналу, що може також вимагати часу та ресурсів.

Таблиця 1. Основні системи автоматизації в туристичній галузі України, узагальнено автором на основі [1; 3]

Назва системи	Характеристика системи	Основні продукти і послуги платформи
1 Universal Transverse Mercator (UTM)	2 Система географічного координатного визначення, яка широко використовується у картографії, навігації, геодезії, а також у гриському туризмі та експедиційній діяльності для точного визначення положення точок на земній поверхні. Вона дозволяє здійснювати навігацію за допомогою GPS та інших геопозиційних пристроїв з великою точністю.	3 Основні продукти і послуги платформи
Tourism Management System (TMS)	Програмне забезпечення або інформаційна система, розроблена для автоматизації та оптимізації різних аспектів туристичного бізнесу. Ця система допомагає туристичним компаніям автоматизувати та оптимізувати їхню діяльність, забезпечуючи ефективне керування різними аспектами туристичного бізнесу та поліпшення якості обслуговування клієнтів.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Мобільні додатки для навігації та маршрутації, які можуть використовувати координати UTM для навігації туристів, вказуючи їм точне місцезнаходження пам'яток, готелів, маршрутів та інших об'єктів інтересу. 2. Веб-сервіси та платформи онлайн-бронювання, які можуть використовувати координати UTM для точного визначення місцезнаходження готелів, ресторанів, екскурсійних точок та інших об'єктів, які можуть бути цікавими для туристів. 3. Геопросторові аналітичні платформи, які можуть використовувати дані в форматі UTM для аналізу туристичних потоків, визначення популярних маршрутів та точок інтересу, а також для прогнозування туристичних трендів. 4. Платформи віртуальної реальності та доповненої реальності. Вони можуть використовувати координати UTM для створення і відтворення віртуальних турів та інших інтерактивних досвідів для туристів.
Soft Hotel	Інтегрована платформа для управління готелями та готельними ланцюгами, яка надає різноманітні послуги і продукти для автоматизації готельного бізнесу.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Бронювання та керування номерами. Система дозволяє готелям, гостьовим будинкам та іншим типам помешкань керувати бронюваннями номерів, включаючи онлайн-бронювання, керування інвентарем і розподілом номерів. 2. Бронювання та керування послугами та екскурсіями. TMS може допомагати в бронюванні та управлінні турами, екскурсіями, трансферами та іншими туристичними послугами. 3. Фінансовий облік і звітність. Включає функції обліку та звітності про фінансові операції, включаючи оплату, виписку рахунків, облік податків і звітів для власників та керівництва. 4. Керування клієнтами і CRM. Система може забезпечувати збереження інформації про клієнтів, керування базою клієнтів, взаємодію з клієнтами та ведення маркетингових кампаній. 5. Аналіз даних та звітність. Надає можливість аналізу даних про бронювання, фінансові показники, рейтинги готелів та іншу інформацію для прийняття управлінських рішень. 6. Інтеграція з онлайн-бронюванням і додатками. Дозволяє інтегрувати систему з онлайн-платформами для бронювання та мобільними додатками для зручного доступу до послуг. 7. Керування інвентарем. Включає в себе контроль за наявністю та розподілом товарів і послуг, таких як номери готелів, екскурсії, ресторани тощо.

3. Ризик технічних проблем. Неправильне функціонування або відмова систем автоматизації може призвести до перебоїв у роботі, втрати даних або навіть призупинення діяльності.

4. Технології швидко розвиваються, і системи автоматизації вимагають постійного оновлення та модернізації для підтримки конкурентоспроможності та відповідності сучасним вимогам.

Вивчення тенденцій та діагностика розвитку туристичного ринку вимагають використання різноманітних загальнонаукових та спеціальних методів дослідження. Серед них: системний аналіз і синтез, який дозволяє розглядати туристичний ринок як складну систему та вивчати взаємозв'язки між його складовими частинами; методи індукції та дедукції, що використовуються для узагальнення та формулювання загальних закономірностей та висновків на основі конкретних спостережень; програмно-цільові методи, що допомагають встановлювати цілі та завдання дослідження туристичного ринку і розробляти стратегії їх досягнення; комплексний підхід, який полягає в використанні різних методів та підходів для аналізу та оцінки різних аспектів туристичного ринку; статистичні методи, що використовуються для обробки та аналізу великих обсягів даних, зокрема статистичний аналіз, регресійний та кореляційний аналіз; багатовимірні методи, які включають факторний аналіз та кластерний аналіз для виявлення груп схожих об'єктів або явищ на туристичному ринку; імітаційні методи, що надають можливість моделювати поведінку та розвиток туристичного ринку в умовах невизначеності; евристичні методи, які використовуються для пошуку оптимальних рішень в умовах обмежених ресурсів та невизначеності.

Досвід свідчить, що прогнозування розвитку туристичного ринку здійснюється шляхом комбінації економічних інструментів, технологічного аналізу, галузевого досвіду та предметної експертизи. Економетричні моделі часто використовуються для короткострокового прогнозування, тоді як технологічні ринкові моделі застосовуються для довгострокового прогнозування. Вони базуються на поєднанні технологій, нормативної бази, економічних перспектив та бізнес-принципів. Важливу в даному аспекті є система маркетингових досліджень. Вона включає в себе збір, аналіз та інтерпретацію різноманітної інформації про ринок, споживачів, конкурентів та інші аспекти, що допомагають у прийнятті обґрунтованих рішень та розробці стратегій маркетингу.

Загалом, виходячи із проведеного дослідження, інформаційно-аналітичне забезпечення туризму в соціально-економічній системі гірських територій має включати:

- збір та аналіз туристичної статистики, тобто дані про прибуття туристів, розміщення, відвідувані визначення, витрати туристів та інші відповідні показники. Ця інформація допомагає оцінити поточний стан туризму в гірському регіоні та виявити тенденції з часом;

- проведення маркетингових досліджень для розуміння демографічних, вподобань та поведінки туристів, які допомагають визначити цільові ринки та налаштувати туристичні пропозиції гірських територій відповідно. Аналіз

маркетингових тенденцій та конкуруючих напрямків також може інформувати стратегічне прийняття рішень;

- системи управління напрямками (DMS), які інтегрують різноманітні дані, пов'язані з туризмом, включаючи транспорт, розміщення, визначення та події, у централізовану систему. Це сприяє маркетингу напрямків, управлінню відвідувачами та співпраці між зацікавленими сторонами туризму;

- географічні інформаційні системи, які дозволяють проводити просторовий аналіз туристичних даних, такий як картографування відвідуваних визначень, транспортні мережі, екологічні особливості та зразки землекористування. Це допомагає планувати туристичну інфраструктуру гірських територій, здійснювати стале управління природними ресурсами та поліпшувати враження туристів від відвідування;

- онлайн-платформи та цифровий маркетинг. Сюди відносяться веб-сайти, мобільні додатки та соціальні медіа, які надають платформи для просування туристичних напрямків, сприяють обміну інформацією про події та полегшують бронювання та резервування. Маркетингові кампанії в Інтернеті можуть звертатися до конкретних аудиторій та зацікавлювати відвідування гірських регіонів;

- моніторинг вражень від відвідування, за допомогою збору відгуків від туристів шляхом опитувань, оглядів та моніторингу соціальних медіа. Це допомагає оцінити задоволення відвідувачів, визначити області для покращення та оцінити вплив туризму на місцеві громади та навколишнє середовище;

- аналіз політики та планування. Так, аналізування туристичної політики, тобто планування та регулювання розвитку на національному, регіональному та місцевому рівнях може надати рекомендації з політики та стратегічні ініціативи з метою сприяння сталому розвитку туризму в гірських районах.

Хоча деякі гірські регіони мають добре розвинені туристичні інформаційні та аналітичні системи, інші – стикаються з викликами, такими як обмежений доступ до технологій, інфраструктури збору даних та кадрового забезпечення. Тому зусилля зі зміцнення та розширення підтримки інформації та аналітики в туризмі повинні враховувати конкретні потреби та обставини кожного регіону, з фокусом на сприянні сталому розвитку туризму та максимізації соціоекономічних вигод для місцевих громад.

Висновки. Інформаційно-аналітичне забезпечення розвитку туризму в соціально-економічній системі гірських територій – це комплекс заходів і інструментів, спрямованих на збір, аналіз та інтерпретацію інформації щодо туристичної діяльності в гірських регіонах з метою оптимізації розвитку туризму в цих областях. Це включає в себе вивчення туристичного потенціалу, аналіз попиту та пропозиції, оцінку інфраструктури, а також моніторинг тенденцій ринку та соціально-економічного середовища. Забезпечуючи цілісний огляд і аналіз ситуації, інформаційно-аналітичне забезпечення допомагає у прийнятті обґрунтованих рішень та розробці стратегій для сталого розвитку туризму в гірських районах. Ефективне інформаційно-аналітичне забезпечення є ключовим чинником у розвитку туризму в гірських регіонах. Шляхом збору, аналізу та використання різноманітної інформації можна

визначити оптимальні стратегії для підвищення конкурентоспроможності та привабливості гірських територій для туристів, що сприятиме соціально-економічному розвитку цих регіонів. В результаті, дослідження нами визначено основні складові інформаційно-аналітичне забезпечення туризму в соціально-економічній системі гірських територій. А саме: збір та аналіз туристичної статистики; проведення маркетингових досліджень; застосування системи управління напрямками (DMS), впровадження географічних та інших автоматизованих інформаційних систем; організацію онлайн-платформ та цифрового маркетингу; проведення моніторингу вражень від відвідування; аналіз туристичної політики.

На завершення, вирішення зростаючих викликів та можливостей у розвитку туризму передбачає постійне наукове дослідження, яке об'єднує міждисциплінарні перспективи, враховує різноманітні аспекти туристичної системи та використовує сучасні наукові методи та аналітичні техніки. Важливо у подальших дослідженнях враховувати ці аспекти з метою розробки стратегій та інструментів для ефективного управління туризмом в гірських територіях та забезпечення його сталого розвитку.

1. Адамик О. В., Сисюк С. В. Інформаційні системи управління підприємством: вибір базових технологій та програмного забезпечення. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Вип. № 14. С. 891–895.
2. Божидарник Т.В. Міжнародний туризм: підручник. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 312 с.
3. Джинджоян В.В., Тесленко Т.В., Горб К.М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності: навчальний посібник. Київ: Видавництво «Каравела», 2022. 340 с.
4. Драган І. В., Драган І. О. Інформаційне забезпечення маркетингової діяльності туристичних підприємств. Ефективна економіка. 2023. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2021/110.pdf.
5. Мальська М. П., Паньків Н.М. Туристично-ресурсний потенціал території : підручник. Київ : Видавець ФОП Піча Ю. В., 2022. 534 с.
6. Марценюк Л.В. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні. Економічний вісник. 2015. № 3. С. 76–82.
7. Писаревський І.М., Мелешко К.К. Туристично-рекреаційний потенціал як елемент конкурентоспроможності територій. БізнесІнформ. 2019. № 12. С. 148–154.
8. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону : монографія / за заг. ред. В. Г. Герасименко. Одеса : ОНЕУ, 2016. 262 с.
9. Рахман М. С. Кон'юнктурний аналіз розвитку готельної індустрії як складової туризму України. Бізнес Інформ. 2015. № 11. С. 205–211.
10. Шелеметьєва Т. В., Зайцева В. М. Оцінювання соціально-економічного розвитку туризму в Україні як важливий напрям ефективності управління. Вісник економічної науки України. 2020. №1. С.103-108.
11. Шикеринець В. В., Великочий В. С., Дутчак О. І. Міжнародний туризм. Івано-Франківськ : Видавець Кушнір Г. М., 2015. 254 с.

1. Adamyk, O.V. and Sysiuk, S.V. (2016). Informatsiyni systemy upravlinnya pidpryyemstvom: vybir bazovykh tekhnolohiy ta prohramnoho zabezpechennya [Enterprise management information systems: selection of basic technologies and software], *Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky – Global and national economic problems*, 14, 891–895.

2. Bozhydarnyk, T.V. (2019) *Mizhnarodnyj turyzm* [International tourism], *Tsentr navchalnoi literatury, Kyiv* [in Ukrainian].

3. Dzhyndzhoyan, V.V., Teslenko, T.V., Horb, K.M. (2022). Innovatsiyni tekhnolohiyi v turyzmi ta hostynnosti: navchal'nyy posibnyk [Innovative technologies in tourism and hospitality: a study guide]. Kyiv: Vydavnytstvo «Karavela» [in Ukrainian].
4. Drahan, I. V., Drahan, I. O. (2023). Informatsiyne zabezpechennya marketynhovoyi diyal'nosti turystychnykh pidpryyemstv [Information support of marketing activities of tourist enterprises]. *Efektivna ekonomika – Efficient economy*. Retrieved from: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2021/110.pdf (in Ukrainian).
5. Mal'ska, M. P., Pan'kiv, N.M. (2022). Turystychno-resursnyy potentsial terytoriyi: pidruchnyk [Tourist resource potential of the territory: a textbook]. Kyiv : Vydavets' FOP Picha YU. V. [in Ukrainian].
6. Martsenyuk, L.V. (2015). Problemy ta perspektyvy rozvytku turyzmu v Ukraini [Problems and prospects of tourism development in Ukraine]. *Ekonomichnyi visnyk – Economic Bulletin*, 3, 76–82 [in Ukrainian].
7. Pisarevsky, I.M., Meleshko, K.K. (2019). Turystychno-rekreatsiyniy potentsial yak element konkurentospromozhnosti terytorii [Tourist and recreational potential as an element of competitiveness of territories]. *Biznes Inform – Business Inform*, 12, 148–154 [in Ukrainian].
8. Herasymenko, V. H. (2016). Otsinka turystychno-rekreatsiynoho potentsialu rehionu: monohrafiia [Estimation of tourist and recreational potential of the monograph]. Odesa, ONEU (in Ukrainian).
9. Rakhman, M. S. (2015). Kon'yunktorny analiz rozvytku hotel'noyi industriyi yak skladovoyi turyzmu Ukrainy [Conjuncture analysis of the development of the hotel industry as a component of tourism in Ukraine], *Biznes Inform – Business Inform*, 11, 205–211[in Ukrainian].
10. Shelemet'yeva, T. V., Zaytseva, V. M. (2020). Otsynuyannya sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku turyzmu v Ukraini yak vazhlyvyi napryam efektyvnosti upravlinnya [Evaluation of the socio-economic development of tourism in Ukraine as an important area of management effectiveness]. *Visnyk ekonomichnoyi nauky Ukrainy – Herald of economic science of Ukraine*, 1, 103–108 (in Ukrainian).
11. Shykerynets', V. V., Velykochyy, V. S. and Dutchak, O. I. (2015) Mizhnarodnyy turizm. [International tourism.], Vydavets' Kushnir H. M., Ivano-Frankiv'sk, [in Ukrainian].