

УДК 338.48:004

DOI: <https://doi.org/10.37734/2409-6873-2023-4-15>

ІННОВАЦІЙНІ ТРЕНДИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

І. Я. КУЛИНЯК

кандидат економічних наук, доцент;

О. А. КОРПАЛО

аспірант,

Національний університет «Львівська політехніка»

Анотація. Мета статті полягає у дослідженні інноваційних трендів цифровізації бізнес-процесів суб'єктів туристичної діяльності з метою підкреслити їх важливість для розвитку туристичної галузі. Стаття спрямована на огляд і систематизацію сучасних цифрових технологій та інструментів, які впливають на оптимізацію та підвищення ефективності управління бізнес-процесами у сфері туризму. **Методика дослідження.** Досягнення поставленої у статті мети здійснено за допомогою таких методів дослідження: логічного узагальнення та наукової абстракції, літературного аналізу, структурного та порівняльного аналізу, аналітичного методу. **Результати.** Дана стаття досліджує роль цифрових технологій у забезпеченні туристичної діяльності. Розглядаються різноманітні цифрові технології та інструменти, які можуть використовувати суб'єкти туристичної діяльності. Рекомендується представникам галузі активно впроваджувати інноваційні цифрові технології з метою підвищення конкурентоспроможності та задоволення потреб сучасних туристів. У статті зазначається, що незважаючи на позитивний вплив цифровізації, її імплементація також супроводжується труднощами і загрозами. **Практична значущість результатів дослідження.** Використання на практиці запропонованих результатів дослідження дозволить суб'єктам туристичної діяльності поліпшити клієнтський досвід, підвищити ефективність операцій, збільшити конкурентоспроможність та забезпечити безпеку інформації.

Ключові слова: бізнес-процес, інновації, цифровізація, цифрові інструменти, цифрові технології, туризм, суб'єкти туристичної діяльності, туроператори, турагенти, онлайн-бронювання.

Постановка проблеми у загальному вигляді та зв'язок із найважливішими науковими чи практичними завданнями. У сучасному світі туристична галузь стикається з різноманітними викликами та змінами. Зростаючий інтерес до подорожей та постійний розвиток технологій ставлять перед суб'єктами туристичної діяльності завдання забезпечення більш ефективних, зручних та персоналізованих послуг для клієнтів. Одним із способів вирішення цих викликів є цифровізація бізнес-процесів суб'єктів туристичної галузі. Використання цифрових технологій та інноваційних рішень може значно покращити якість обслуговування, збільшити ефективність роботи, залучити нових клієнтів та збільшити конкурентоспроможність підприємств.

Проте, незважаючи на потенційні переваги, цифровізація бізнес-процесів також вносить свої виклики та обмеження. Не всі суб'єкти туристичної діяльності мають необхідний досвід, ресурси та знання для успішної імплементації цифрових інструментів. Персонал може зазнавати труднощів з адаптацією до нових технологій, а захист даних та кібербезпека стають більш актуальними питаннями з ростом цифрової інформації.

Таким чином, дослідження інноваційних трендів цифровізації бізнес-процесів суб'єктів туристичної діяльності має стратегічне значення для розвитку туристичної галузі. Вивчення та

впровадження передових цифрових технологій допоможе суб'єктам туристичної діяльності бути готовими до майбутніх викликів, збільшити конкурентоспроможність та забезпечити стабільний та ефективний розвиток бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багатьма дослідниками вивчалися питання впливу цифровізації на розвиток підприємств. Відомі вчені та економісти [1; 2] звертали свою увагу на різні аспекти цього питання, при цьому зробивши значний внесок у цю сферу досліджень. Увага до проблеми впливу цифровізації на розвиток сучасної туристичної індустрії збільшилася завдяки важливості дослідження цього питання з боку іноземних і вітчизняних вчених. Наукові дослідження висвітлюють різні аспекти розвитку туризму в умовах цифровізації. Науковець М. Шевелюк [3] акцентував, що процес цифровізації сфери туризму потребує постійної уваги, враховуючи швидкість появи нових цифрових технологій, темпи їх розвитку і розповсюдження. Дослідниця Н. Садова [4] зазначила, що актуального значення набувають дослідження напрямів державного регулювання в сфері туризму з урахуванням впливу цифровізації, питань інвестиційної діяльності, пов'язаної з впровадженням цифрових технологій в сферу туризму на національному рівні, формування державної політики фінансування інноваційних туристських

проектів, розроблення і реалізація національних проектів і програм розвитку туризму. Група науковців В. Морохович, М. Кашка та С. Талала [5] наголосили на важливості використання інноваційних технологій та впровадженню елементів цифровізації в індустрію туризму, особливу увагу приділивши аналізу використання цифрових технологій у діяльності туристичних підприємств. Науковці зазначили, що саме інформаційні технології сприятимуть залученню якомога більше клієнтів, максимальної кількості продажів, завоюванню довіри споживачів туристичних послуг, а також формуванню позитивного іміджу підприємства.

Однак, незважаючи на наявність наукових досліджень, у них не достатньо висвітлюється проблематика інноваційних трендів цифровізації бізнес-процесів суб'єктів туристичної діяльності.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті – дослідити інноваційні тренди цифровізації бізнес-процесів суб'єктів туристичної діяльності з метою підкреслити їх важливість для розвитку туристичної галузі. Стаття спрямована на огляд і систематизацію сучасних цифрових технологій та інструментів, які впливають на оптимізацію та підвищення ефективності управління бізнес-процесами у сфері туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Під бізнес-процесами суб'єктів туристичної діяльності у науковій літературі розуміють послідовність дій, процедур і операцій, які здійснюються компаніями та організаціями для забезпечення надання туристичних послуг та ефективного функціонування у сфері туризму [6; 7; 8]. Ці процеси можуть бути різними залежно від типу туристичної діяльності, виду суб'єкта туристичної діяльності тощо. Оскільки туризм є досить складною та багатогранною галуззю, бізнес-процеси суб'єктів туристичної діяльності можуть охоплювати різні аспекти, основними з яких є [6; 9; 10]: клієнтське обслуговування, маркетингова діяльність, управління туристичною інфраструктурою, логістика та транспортування, фінансові процеси, керування персоналом тощо.

Ці бізнес-процеси допомагають суб'єктам туристичної діяльності забезпечити якісні та конкурентоспроможні туристичні послуги, задовольнити потреби клієнтів та створити приємний та незабутній туристичний досвід. Проте, без цифровізації неможливо якісно організувати бізнес-процеси суб'єктам туристичної діяльності з урахуванням сучасних вимог і потреб клієнтів [11]. Цифрові технології і інновації в сфері туризму стали невід'ємною складовою сучасного туристичного бізнесу, оскільки вони дозволяють підвищити ефективність, забезпечити комфорт

для клієнтів і покращити конкурентоспроможність підприємств.

У сучасному світі, де технології швидко розвиваються, цифровізація є ключовим фактором для досягнення успіху та стабільного розвитку суб'єктів туристичної діяльності. Впровадження цифрових рішень допомагає підвищити якість обслуговування, залучити нових клієнтів, збільшити ефективність та знизити витрати. Складність організації бізнес-процесів в туристичній галузі потребує використання різних цифрових технологій, які допомагають оптимізувати та покращити їх ефективність. Розглянемо складові бізнес-процесів суб'єктів туристичної діяльності та наведемо перелік основних інноваційних цифрових інструментів та технологій, які можуть застосовуватися для кожного з них (див. табл. 1).

Цифрові технології в сфері туризму є невід'ємною складовою сучасного туристичного бізнесу. Вони відіграють важливу роль у цифровізації бізнес-процесів суб'єктів туристичної діяльності, що дозволяє підприємствам покращити ефективність, оптимізувати робочі процеси та підвищити якість обслуговування клієнтів.

Застосування цифрових інструментів, таких як інтернет-платформи, онлайн-бронювання, електронні системи рекрутингу та підбору персоналу, е-навчання, аналітика та Big Data, сприяє полегшенню процесів бронювання, забезпеченню персоналізації послуг для клієнтів, покращенню маркетингових стратегій, а також управлінню та контролю якості обслуговування [7].

Цифрові технології також дозволяють забезпечити зручність та доступність для клієнтів, створюють можливості для інтерактивної комунікації зі споживачами, а також сприяють підвищенню конкурентоспроможності та залученню нових клієнтів.

У світі, де цифрові технології розвиваються зі швидкістю світла, впровадження цифрових інновацій є необхідністю для суб'єктів туристичної діяльності, які прагнуть досягти успіху, зберегти конкурентний позиції та задовольнити потреби сучасних туристів. Постійне вдосконалення та адаптація до нових технологій становить ключовий фактор для успішного розвитку туристичного бізнесу в цифрову еру.

Оскільки туристичний бізнес провадять різні суб'єкти, такі як готелі, туроператори та турагенти, авіакомпанії, ресторани, транспортні компанії та інші, кожен з них має свої унікальні потреби та вимоги до використання цифрових інструментів та технологій.

Туроператори та турагентства можуть використовувати онлайн-платформи, мобільні додатки, інтерактивні технології та чат-боти, соціальні мережі, технології віртуальної реальності (VR) та доповненої реальності (AR) [8]. Розробка інтерак-

Таблиця 1

Характеристика інноваційних трендів у цифровізації основних складових бізнес-процесів суб'єктів туристичної діяльності

№	Складові бізнес-процесів	Цифрові інструменти та технології
1	Клієнтське обслуговування	Вебсайти та інтернет-платформи. Мобільні додатки. Чат-боти, інтерактивні чати, месенджери. Віртуальна реальність та доповнена реальність. Системи онлайн-бронювання. Електронний документообіг. Аналітика та Big Data. Системи керування відносинами з клієнтами (CRM). Клієнтські кабінети.
2	Маркетингова діяльність	Соціальні медіа та мережі. Вебсайти та блоги. Цифрова реклама. Електронна пошта. Технології віртуальної та доповненої реальності. Аналітика та Big Data.
3	Управління туристичною інфраструктурою	Системи управління готелем. Електронні системи бронювання. Системи управління рестораном. Інтерактивні додатки та мобільні додатки. Інтернет речей. Блокчейн-технології.
4	Логістика та транспортування	Технології онлайн-бронювання (білетів на транспорт, екскурсії, оренду транспорту тощо). Мобільні додатки. Технології GPS.
5	Фінансові процеси	Електронні платіжні системи, технології безконтактного платежу. Інтернет-банкінг. Електронні звіти та облік. Віртуальні гаманці та крипто валюти. Фінансові аналітичні системи. Автоматизовані системи контролю витрат. Блокчейн-технології.
6	Керування персоналом	Хмарні системи управління персоналом. Електронний документообіг. E-learning та онлайн-навчання. Мобільні додатки для керівників та співробітників. Аналітика та Big Data.

Джерело: розроблено авторами

тивних та легко доступних вебсайтів та мобільних додатків дозволяє туроператорам та турагентам представити свою пропозицію, привернути нових клієнтів, забезпечити онлайн-бронювання турів та послуг, а інтерактивні технології та чат-боти можуть надавати клієнтам інформацію в режимі реального часу, вирішувати питання та допомагати забезпечити необхідні послуги. Застосування VR та AR дозволяє показати клієнтам вражаючі туристичні місця, готелі або туристичні маршрути, що допомагає зробити вибір більш обізнаним. Використання аналітики даних та штучного інтелекту допомагає турагентам та туроператорам розуміти попит на туристичні послуги, оптимізувати ціни та маркетингові стратегії, прогнозувати тенденції та покращувати обслуговування клієн-

тів. Соціальні медіа дозволяють досягати більшої аудиторії, залучати нових клієнтів, підтримувати зв'язок з клієнтами.

Готелі та інші заклади тимчасового розміщення можуть використовувати системи онлайн-бронювання для автоматизації процесу бронювання, контролю заповненості, оптимізації цін та забезпечення комфортного перебування гостей. Забезпечення швидкого та надійного Wi-Fi є необхідним для готелів, оскільки багато гостей прагнуть бути постійно підключеними до Інтернету [10]. Цифрові технології дозволяють готелям знизити споживання енергії та оптимізувати ефективність за допомогою інтелектуальних систем управління, які регулюють освітлення, опалення, кондиціонування повітря тощо. Деякі готелі надають

гостям можливість огляду кімнати або готельного комплексу за допомогою віртуальної або доповненої реальності.

Ресторани та інші заклади харчування можуть впроваджувати системи онлайн-бронювання столиків, програми лояльності та мобільні додатки для замовлення їжі та послуг. Використання терміналів самообслуговування дозволяє клієнтам здійснити замовлення та оплату самостійно, що зменшує час очікування в черзі та покращує обслуговування [8]. Авіакомпанії можуть використовувати цифрові системи керування польотами та бронюванням квитків, а також аналітику для вдосконалення рейсових маршрутів та планування. Транспортні компанії можуть використовувати IoT-технології для моніторингу та оптимізації руху транспорту, системи онлайн-бронювання квитків та різні цифрові платформи для забезпечення зручності та доступності послуг для пасажирів. Системи GPS і супутникового моніторингу допомагають транспортним компаніям відстежувати рух транспортних засобів в реальному часі. Це дозволяє оптимізувати маршрути, уникати заторів, зменшити час проїзду і підвищити безпеку перевезень.

Цифрові технології та інструменти стають все більш важливими для фахівців туристичного супроводу, таких як гіді-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори та провідники. Вони дозволяють забезпечити клієнтів більш зручною та цікавою подорожжю, забезпечуючи доступ до детальної інформації, навігації, візуалізації, спілкування та іммерсивного досвіду. Використання цифрових технологій допомагає підвищити якість туристичного супроводу та забезпечити задоволення клієнтів.

Варто також звернути увагу на використанні цифрових технологій для пам'яток культури, що стає все більш популярним і ефективним способом збереження та презентації культурної спадщини [3; 4]. Наприклад, цифрові віртуальні тури дозволяють користувачам відвідувати пам'ятки культури з будь-якого місця, навіть якщо фізичний доступ обмежений. VR-технології створюють іммерсивний досвід, що дозволяє відчути атмосферу та історію місця. AR-технології можуть доповнювати реальний світ інформацією про пам'ятку, яка відображається на екрані смартфона або планшета. Це дозволяє створити взаємодію між реальними об'єктами та віртуальним контентом.

Розробка мобільних додатків або аудіогідів дозволяє надавати детальну інформацію про пам'ятки, їх історію, архітектуру та інші деталі. Користувачі можуть самостійно вивчати інформацію або використовувати голосове керування для ознайомлення з пам'яткою [3]. Використання інтерактивних екранів, QR-кодів на пам'ятках та

інших місцях може збагатити досвід туристів, надаючи додаткові цікаві факти та інформацію про місце екскурсії.

Цифрові технології дозволяють створювати цифрові архіви, в яких можна зберігати фотографії, документи, відео та інші матеріали, пов'язані з пам'ятками культури. Також можна створювати віртуальні музеї, які представляють колекції творів мистецтва та артефактів онлайн. Сучасні технології, такі як 3D-сканування та друк, дозволяють відновлювати та реставрувати пошкоджені пам'ятки культури, зберігаючи їх оригінальний вигляд і історичну цінність.

Всі ці цифрові технології розширюють доступність та доступ до пам'яток культури, підвищують інтерес громадськості до культурної спадщини та допомагають зберегти і передати знання про наше минуле майбутнім поколінням.

Цифровізація бізнес-процесів суб'єктів туристичної діяльності має безліч переваг, які сприяють покращенню ефективності та якості послуг, забезпечують зручність для клієнтів і сприяють розвитку туристичного бізнесу. Ось деякі з них [3–5]:

- збільшення доступності та зручності – цифрові технології дозволяють суб'єктам туристичної діяльності створювати онлайн-платформи для бронювання, оплати та отримання інформації про послуги. Клієнти можуть легко забронювати тур або готель, отримати електронний квиток, а також отримувати рекомендації та інформацію про подорож через мобільні додатки;

- покращення обслуговування клієнтів – застосування цифрових технологій дозволяє забезпечити персоналізоване обслуговування клієнтів, що враховує їхні потреби та побажання. Автоматизовані системи можуть надавати рекомендації клієнтам на основі їхніх попередніх виборів та поведінки;

- покращення аналітики – цифрові рішення дозволяють збирати та аналізувати великі обсяги даних про клієнтів, їхні попередні вибори та поведінку. Це допомагає зрозуміти потреби ринку, прогнозувати попит, виявляти тенденції та приймати обґрунтовані рішення;

- оптимізація управління – цифрові рішення допомагають автоматизувати та оптимізувати бізнес-процеси, такі як облік, бронювання, логістика, управління запасами та фінанси. Це дозволяє ефективніше використовувати ресурси та знизити ймовірність помилок;

- розширення маркетингових можливостей – завдяки цифровим технологіям суб'єкти туристичної діяльності можуть використовувати цільовий маркетинг, соціальні медіа, контент-маркетинг та інші інструменти для залучення нових клієнтів та збереження лояльності наявних.

Всі ці переваги допомагають суб'єктам туристичної діяльності покращити якість послуг,

знизити витрати, залучати нових клієнтів та створювати більш конкурентоспроможні та успішні бізнес-моделі в галузі туризму.

Проте, цифровізації бізнес-процесів суб'єктів туристичної діяльності притаманна низка труднощів та загроз, зокрема [2–5; 9]:

– висока вартість та додаткові витрати – впровадження цифрових технологій вимагає інвестицій, які можуть бути значними для суб'єктів туристичної діяльності. При цьому, впровадження нових технологій може вимагати перегляду бізнес-процесів та навчання персоналу, що також збільшує витрати;

– кібербезпека та забезпечення приватності – зростаюча залежність від цифрових систем призводить до збільшення ризиків кібератак та інших кіберзагроз, особливо для компаній, які обробляють конфіденційну особисту інформацію клієнтів та операційні дані. Суб'єкти туристичної діяльності повинні бути особливо уважними щодо захисту особистих даних своїх клієнтів і забезпечення безпеки цифрової інфраструктури;

– технічні проблеми – наскільки би надійна не була технологія, можуть виникати технічні помилки, відмови обладнання або збої в роботі систем. Це може призвести до затримок, нестабільності та негативного впливу на клієнтський досвід;

– залежність від Інтернету та електронних пристроїв – цифрові технології потребують постійного доступу до Інтернету та електронних пристроїв, що може бути проблемою в деяких віддалених або недоступних місцях;

– врахування культурних традицій – при використанні цифрових технологій в туризмі слід враховувати різноманітність культурних та релігійних традицій, морально-етичні аспекти, стереотипи тощо. Наприклад, примусове впровадження технологій, які можуть порушувати культурні традиції, може бути неприйнятним і негативно впливати на довіру та сприйняття бренду;

– потреба в перепідготовці персоналу – оскільки цифрові інструменти та процеси можуть значно змінити спосіб роботи і взаємодії з клієнтами, персоналу необхідно набути нових навичок та знань, щоб ефективно використовувати ці технології.

Незважаючи на ці труднощі та загрози, цифровізація є необхідною для сучасних суб'єктів

туристичної діяльності, оскільки вона допомагає підвищити ефективність бізнес-процесів, полегшує доступ до інформації та покращує взаємодію з клієнтами. Важливо бути свідомим цих недоліків і приділяти належну увагу заходам забезпечення безпеки та надійності при впровадженні цифрових технологій.

Висновки із зазначених проблем і перспективи подальших досліджень у поданому напрямі. Зважаючи на широкий спектр туристичних послуг і видів діяльності, різні суб'єкти туристичної діяльності активно впроваджують різноманітні цифрові інструменти та технології для підвищення якості обслуговування, покращення ефективності та створення унікального досвіду для своїх клієнтів.

Цифрові технології мають величезний вплив на сферу туризму та дозволяють суб'єктам туристичної діяльності значно покращити якість надання послуг, ефективність управління та забезпечити зручність для клієнтів. Цифровізація бізнес-процесів дозволяє автоматизувати та оптимізувати рутинні операції, збільшити продуктивність, знизити витрати та покращити взаємодію з клієнтами.

У сфері туризму цифрові технології використовуються для різних аспектів діяльності, таких як клієнтське обслуговування, маркетингова діяльність, управління туристичною інфраструктурою, логістика та транспортування, фінансові процеси, керування персоналом тощо. Вони дозволяють залучати більше клієнтів, підвищувати рівень задоволення клієнтів, забезпечувати персоналізовані послуги та створювати незабутній туристичний досвід.

При цьому, важливо зазначити, що успішна цифровізація вимагає не тільки впровадження технологій, але й забезпечення компетентності персоналу, який вміє ефективно використовувати ці технології. Цифрові інновації можуть стати ключовим фактором успіху для суб'єктів туристичної діяльності, допомогти їм адаптуватися до змінних умов ринку та задовольнити зростаючі вимоги та очікування сучасних туристів.

Загалом, цифровізація бізнес-процесів суб'єктів туристичної діяльності має свої виклики, і її успіх залежить від адаптації до змін, забезпечення кібербезпеки та збереження балансу між технологіями та людським чинником.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Жосан Г. В., Кириченко Н. В. Управління цифровізацією бізнес-процесів діяльності підприємства. *Economic synergy*. 2022. № 4. С. 82–91. DOI: <https://doi.org/10.53920/ES-2022-4-6>.
2. Кулиняк І. Я., Коpecь Г. Р., Горбенко Т. М. Цифровий інструментарій антикризового менеджменту підприємств. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 35. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1082>. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-35-16>.
3. Шевелюк М. М. Цифровізація у сфері туризму: інноваційні тренди і пріоритетні напрями розвитку. *Питання культурології*. 2021. № 38. С. 226–235. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.38.2021.245956>.

4. Садова Н. В. Вплив цифровізації на розвиток туристичної індустрії. *Ефективна економіка*. 2019. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7267>. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.9.43>.
5. Морохович В. С., Кашка М. Ю., Талпа С. Ю. Технологічні драйвери розвитку ринку туристичних послуг. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. *Економічні науки*. 2021. № 65. С. 53–58. DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-65-07>.
6. Пустовіт О. Г., Пустовіт Є. В. Особливості бізнес-процесів у туристичних компаніях. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2020. Вип. 1. С. 115–126. DOI: <https://doi.org/10.31375/2226-1915-2020-1-115-126>.
7. Andrianto T., Koseoglu M.A., King B. A business model innovation process for tourism: findings from a literature review. *Tourism Recreation Research*. 2022. № 47(5–6). P. 583–590. DOI: <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1878654>.
8. Шпак Н. О., Грабович І. В. Тенденції розвитку інструментарію маркетингу підприємств в умовах диджиталізації. *Бізнес Інформ*. 2021. № 9. С. 259–265. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-9-259-265>.
9. Rogovyi, A., Serbov, M., Korol, S., Akhundova, A.H.G., Suzdaliyeva, O. Features of business processes model building in the field of international tourism business. *International Journal of Entrepreneurship*. 2020. № 24 (1 Special Issue). P. 1–7.
10. Shpak N., Kuzmin O., Dvulit Z., Onysenko T., Sroka W. Digitalization of the Marketing Activities of Enterprises: Case Study. *Information*. 2020. No 11, 109. DOI: <https://doi.org/10.3390/info11020109>.
11. Dewi, K. C., Ayuni, N.W.D. Business process re-engineering of tourism e-marketplace by engaging government, small medium enterprises and tourists. *Bulletin of Electrical Engineering and Informatics*. 2021. № 10 (5). P. 2866–2874. DOI: <https://doi.org/10.11591/eei.v10i5.3159>.

REFERENCES

1. Zhosan H. V., Kyrychenko N. V. (2022). Upravlinnia tsyfrovizatsiieiu biznes-protsesiv diialnosti pidpriemstva [Management of digitization of business processes of the enterprise]. *Economic synergy*, vol. 4, pp. 82–91. DOI: <https://doi.org/10.53920/ES-2022-4-6>.
2. Kulyniak I. Ya., Kopets H. R., Horbenko T. M. (2022). Tsyfrovyyi instrumentarii antykrizovoho menedzhmentu pidpriemstv [Digital tools for crisis management of enterprises]. *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 35. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1082>. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-35-16>.
3. Sheveliuk M. M. (2021). Tsyfrovizatsiia u sferi turyzmu: innovatsiini trendy i priorytetni napriamy rozvytku [Digitization in the field of tourism: innovative trends and priority areas of development]. *Pytannia kulturolohii*, vol. 38, pp. 226–235. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.38.2021.245956>.
4. Sadova N. V. (2019). Vplyv tsyfrovizatsii na rozvytok turystychnoi industrii [The impact of digitalization on the development of the tourist industry]. *Efektivna ekonomika*, vol. 9. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7267>. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.9.43>.
5. Morokhovych V. S., Kashka M. Yu., Talapa S. Yu. (2021). Tekhnolohichni draivery rozvytku rynku turystychnykh poslug [Technological drivers of the development of the tourist services market]. *Visnyk Lvivskoho torhov-elno-ekonomichnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, vol. 65, pp. 53–58. DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-65-07>.
6. Pustovit O. H., Pustovit Ye. V. (2020). Osoblyvosti biznes-protsesiv u turystychnykh kompaniiakh [Peculiarities of business processes in tourism companies]. *Rozvytok metodiv upravlinnia ta hospodariuvannia na transporti*, vol. 1, pp. 115–126. DOI: <https://doi.org/10.31375/2226-1915-2020-1-115-126>.
7. Andrianto T., Koseoglu M.A., King B. (2022). A business model innovation process for tourism: findings from a literature review. *Tourism Recreation Research*, vol. 47(5–6), pp. 583–590. DOI: <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1878654>.
8. Shpak N. O., Hrabovych I. V. (2021). Tendentsii rozvytku instrumentariiu marketynhu pidpriemstv v umovakh dydzhytalizatsii [Tendencies in the Development of Enterprise Marketing Instrumentarium in the Context of Digitalization]. *Business Inform*, vol. 9, pp. 259–265. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-9-259-265>.
9. Rogovyi A., Serbov M., Korol S., Akhundova A.H.G., Suzdaliyeva O. (2020). Features of business processes model building in the field of international tourism business. *International Journal of Entrepreneurship*, vol. 24(1), pp. 1–7.
10. Shpak N., Kuzmin O., Dvulit Z., Onysenko T., Sroka W. (2020). Digitalization of the Marketing Activities of Enterprises: Case Study. *Information*, vol. 11, p. 109. DOI: <https://doi.org/10.3390/info11020109>.
11. Dewi K. C., Ayuni N.W.D. (2021). Business process re-engineering of tourism e-marketplace by engaging government, small medium enterprises and tourists. *Bulletin of Electrical Engineering and Informatics*, vol. 10(5), pp. 2866–2874. DOI: <https://doi.org/10.11591/eei.v10i5.3159>.

Ihor Kulyniak, Oleh Korpalo, Lviv Polytechnic National University. Innovative trends of business processes digitization of tourism entities.

Annotation. The purpose of the article is to research innovative trends in business processes digitalization of tourism entities in order to emphasize their importance for the tourism industry development. The article is aimed at the review and systematization of modern digital technologies and tools that affect the optimization and improvement of the efficiency of business processes management in the field of tourism. **Methodology of research.** The goal set in the article was achieved using the following research methods: logical generalization and scientific abstraction, literary analysis, structural and comparative analysis, analytical method. **Findings.** This article examines the role of digital technologies in the provision of tourism activities. A variety of digital technologies and tools that can be used by travel operators and agents, temporary accommodation establishments, catering establishments, airline and transport companies, guides-interpreters, sports instructors, tour guides, guides and other tourism support specialists are considered. It is recommended that representatives of the industry actively implement innovative digital technologies in order to increase competitiveness and meet the needs of modern tourists. Special attention is paid to the positive impact of digitalization on the convenience, accessibility and quality of customer service, improving analytics, optimizing management and expanding marketing opportunities. The article also notes that despite the positive impact of digitalization, its implementation is also accompanied by difficulties and threats, such as high costs of implementing innovative digital technologies, risks of cyber attacks and ensuring the confidentiality of customer data, technical problems, dependence on the Internet and electronic devices, the need in personnel re-training. **Practical value.** The practical use of the proposed research results will allow tourism operators to improve the customer experience, increase the efficiency of operations and competitiveness, ensure information security. The importance of active implementation of innovative solutions will support the sustainable development of the tourism business in the era of digital transformation.

Keywords: business process, innovation, digitization, digital tools, digital technologies, tourism, tourism entities, tour operators, travel agents, online booking.