

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ЯК ДЕТЕРМІНАНТА РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

Глобалізація інформаційних процесів є однією з ключових детермінант сучасного економічного розвитку, і туристична галузь не є винятком. Сьогодні міжнародний туристичний ринок функціонує в умовах цифрової трансформації, що кардинально змінює механізми його організації та управління. Поширення Інтернету, мобільних застосунків, глобальних систем бронювання та онлайн-платформ дало змогу сформувати нову модель взаємодії між туристичними компаніями, споживачами та державними регуляторами. Інформаційні процеси виступають потужним чинником конкурентоспроможності на міжнародному туристичному ринку. Використання *big data* дозволяє компаніям формувати персоналізовані пропозиції, прогнозувати попит та підвищувати якість обслуговування. Онлайн-канали комунікації сприяють інтеграції локальних туристичних продуктів у глобальний простір, водночас знижуючи транзакційні витрати. Проте глобалізація інформаційних потоків створює й низку викликів: залежність від великих міжнародних платформ, ризики кіберзагроз, маніпуляції з рейтингами й відгуками, а також цифрова нерівність між країнами та регіонами. Сучасні технології впливають на розвиток туристичної продукції, підвищуючи її якість і доступність. Впровадження нових технологій не лише підвищує рівень обслуговування, а й сприяє стійкому розвитку туризму, роблячи його більш екологічним, доступним та комфортним для всіх категорій мандрівників. Туризм стає не тільки індустрією послуг, а й прикладом інноваційного підходу до створення нових потреб та можливостей для людей у всьому світі. Важливу роль у регулюванні інформаційних процесів відіграють міжнародні інституції, зокрема Всесвітня туристична організація (UNWTO), Європейський Союз, Організація економічного співробітництва та розвитку (OECD). Їхня діяльність спрямована на створення стандартів прозорості, захист прав споживачів та впровадження інноваційних технологій у туризмі. Глобалізація інформаційних процесів виступає системоутворювальним фактором розвитку міжнародного туристичного ринку, формуючи нові можливості для бізнесу й одночасно породжуючи виклики, які потребують комплексних рішень на національному та міжнародному рівнях.

Ключові слова: глобалізація, процес, туризм, технології, виклики.

AVRIATA Andrii

State Biotechnological University

GLOBALIZATION OF INFORMATION PROCESSES AS A DETERMINANT OF THE DEVELOPMENT OF THE INTERNATIONAL TOURISM MARKET

The globalization of information processes is one of the key determinants of modern economic development, and the tourism industry is no exception. Today, the international tourism market operates in the context of digital transformation, which is radically changing the mechanisms of its organization and management. The spread of the Internet, mobile applications, global booking systems, and online platforms has enabled the formation of a new model of interaction among travel companies, consumers, and state regulators. Information processes are a decisive factor in competitiveness in the international tourism market. The use of *big data* enables companies to create personalized offers, forecast demand, and enhance the quality of service. Online communication channels facilitate the integration of local tourism products into the global market, thereby reducing transaction costs. However, the globalization of information flows also presents several challenges: dependence on large international platforms, risks of cyber threats, manipulation of ratings and reviews, as well as digital inequality between countries and regions. Modern technologies are influencing the development of tourism products, enhancing their quality and accessibility. The introduction of new technologies not only enhances the level of service but also contributes to the sustainable development of tourism, making it more environmentally friendly, accessible, and comfortable for all categories of travelers. Tourism is not only a service industry but also an innovative approach to creating new needs and opportunities for people around the world. International institutions, particularly the World Tourism Organization (UNWTO), the European Union, and the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), play a crucial role in regulating information processes. Their activities are aimed at establishing transparency standards, protecting consumer rights, and introducing innovative technologies in the tourism sector. The globalization of information processes serves as a system-forming factor in the development of the international tourism market, creating new opportunities for business while simultaneously generating challenges that require comprehensive solutions at both national and international levels.

Keywords: globalization, process, tourism, technologies, challenges.

Стаття надійшла до редакції / Received 29.07.2025

Прийнята до друку / Accepted 25.08.2025

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Глобалізація є складним та багатоплановим явищем, що визначається як процес наростання взаємозалежності національних ринків товарів, послуг та капіталів, поступове посилення загальної залежності країн світу в галузях економіки, інформації та екологічної безпеки. У цьому явищі реалізується просторове глобальне поширення виробництва.

Туризм виступає однією з важливих складових структури світової економіки. На сучасному етапі розвитку міжнародних відносин та геостратегічних взаємодій туристичний сектор перетворився на один із

найбільш затребуваних та перспективних галузей міжнародної економіки. Процеси глобалізації, що протікають у макроекономічній сфері міжнародної взаємодії, не обходять стороною туристичний сектор економіки та безпосередньо впливають на формування та функціонування сучасної туріндустрії.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Питанням розвитку та впровадження інформаційних технологій у сфері туризму присвячено праці багатьох вітчизняних і зарубіжних учених, серед яких: Дж. Боуен, М. Портер, Р. Спекман, Р. Хенфілд, Мазаракі, Д. Мейкенз, С. Мельниченко, Т. Сокол, Т. Ткаченко, Г. Харріс, М. Скопень, М. В. Босовська, Р. Войтович, А. Воронкова, О. Кузьмін, М. Мальська та інші. Водночас у науковій літературі відсутній комплексний аналіз взаємозв'язку між розвитком інформаційних технологій, процесами глобалізації та їхнім впливом на трансформацію міжнародного туристичного ринку.

Попри значну кількість наукових праць, присвячених туризму та глобалізаційним процесам, проблематика інформаційної детермінації розвитку міжнародного туристичного ринку залишається недостатньо розробленою. Необхідні подальші дослідження з оцінки впливу новітніх інформаційних технологій на структуру та функціонування туристичного бізнесу; аналіз механізмів забезпечення кібербезпеки та захисту персональних даних у сфері туризму; розробка моделей адаптації національних туристичних підприємств до умов цифрової глобалізації; вивчення ролі міжнародних інституцій у формуванні регуляторного середовища для прозорості інформаційних потоків.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Мета статті дослідження впливу глобалізації інформаційних процесів на розвиток міжнародного туристичного ринку, визначення ключових тенденцій цифрової трансформації у сфері туризму та виявлення можливостей і ризиків, що виникають для туристичних компаній, державних інституцій і споживачів у глобалізованому інформаційному середовищі.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Сектор подорожей та туризму є життєво важливим двигуном зростання з далекосяжним соціально-економічним впливом. У 2023 році на цей сектор припадало приблизно 10% світового ВВП і він підтримував понад 330 мільйонів робочих місць у всьому світі[6]. Протягом 2024 року глобальні витрати сектору перевищили 7 трильйонів доларів[3].

Цей економічний вплив поширюється не лише на авіакомпанії та компанії готельного бізнесу, а й на місцеві економіки через розгалужені ланцюги поставок, що підтримують сільськогосподарських виробників, постачальників послуг харчування, роздрібні торгові підприємства, фінансові установи та незліченну кількість малих підприємств. Понад дві третини економічного внеску сектору надходять через непрямі або індуковані канали[5], включаючи вплив ланцюга поставок, державні витрати та капіталовкладення[6].

Технологічні інновації трансформують кожен аспект екосистеми туристичних технологій – від натхнення та планування подорожей до бізнес-операцій та управління напрямками – створюючи можливості, відповідальність та виклики.

Очікується, що розмір світового ринку туристичних технологій, який оцінюється в 10,5 мільярда доларів у 2024 році, майже подвоїться до 2033 року (7,5% CAGR)[2]. Це відображає широке впровадження трансформаційних технологій та відповідає ширшим тенденціям галузі. Нещодавнє опитування показує, що 91% осіб, які приймають рішення щодо туристичних технологій, очікують помірного або значного збільшення інвестицій у технології у своїх організаціях[1].

Застосунки штучного інтелекту (ШІ) та машинного навчання охоплюють усю подорож, від чат-ботів до персоналізованих систем рекомендацій. Провідні постачальники, такі як Trip.com, використовують ШІ для створення індивідуальних маршрутів, які поєднують уподобання мандрівників з умовами в режимі реального часу та історичними даними. Аналогічно, південнокорейська компанія Yanolja об'єднає дані, покращує їх якість та надає послуги ШІ, спрямовані на підвищення ефективності та створення рівних умов для компаній у всьому світі.

Технології Інтернету речей (IoT) створюють середовища, які покращують враження гостей, одночасно оптимізуючи ефективність. Готельні заклади впроваджують ці рішення для управління енергією, прогнозного обслуговування, безконтактних опцій та персоналізації, тоді як аеропорти розгортають підключені системи для відстеження багажу та оптимізації потоку натовпу.

Окрім застосунків, новітні технології, такі як доповнена реальність, віртуальна реальність та гейміфікація, також пропонують інноваційні можливості для залучення молодого покоління до місць культурної спадщини чи визначних пам'яток, створюючи захопливий досвід, який зберігає автентичність, водночас роблячи традиції доступними та змістовними для цифрових мандрівників. Новітні технології (довповнена реальність, віртуальна реальність та гейміфікація) пропонують інноваційні можливості для залучення молодого покоління до місць культурної спадщини чи визначних пам'яток, створюючи захопливий досвід, який зберігає автентичність, роблячи традиції доступними та значущими для цифрових мандрівників.

Ці технології все більше підтримуються передовими рішеннями для підключення, які значно швидші, ніж попередні мережі, що дозволяє створювати більш адаптивні та багаті на дані туристичні додатки.

Біометрична ідентифікація продовжує революціонізувати обробку даних мандрівників, а розпізнавання обличчя, сканування відбитків пальців та інші технології оптимізують процеси.

Міжнародний аеропорт Гонконгу є прикладом цих тенденцій. У 2021–2022 роках він запровадив Flight Token, біометричну систему, що забезпечує безперебійну навігацію на основі обличчя, і майже 90% опитаних людей поставили відмінну оцінку якості обслуговування аеропорту[4]. Він також включає ініціативу SKYTORIA, яка прагне перетворити традиційний аеропорт на місто-аеропорт, що поєднує авіаційні послуги з роздрібними, культурними та розважальними закладами для покращення вражень пасажирів.

Наявність необмеженої кількості додатків, спеціально розроблених для задоволення потреб різних типів мандрівників, підвищила обізнаність та зробила весь процес простішим та цікавішим. Ці туристичні додатки та веб-сайти допомагають досліджувати нові способи подорожувати. Поява Інтернету, різних технологій та цифрових посередників у секторі дистрибуції подорожей призвела до появи агентів. Вони служать онлайн-шоп-ботами для туристичних компаній, що часто робить існуючих посередників у галузі більш вразливими до інформації та інфраструктури. Зростання кількості міленіалів стимулює попит на туристичні поїздки, що, ймовірно, сприятиме зростанню ринку.

Швидка глобалізація інформаційних процесів стала ключовим фактором, що формує сучасний міжнародний туристичний ринок. Під «інформаційними процесами» ми маємо на увазі створення, поширення, зберігання та аналіз даних, які впливають на поведінку туристів, управління напрямками та конкурентоспроможність галузі. Нижче розглянемо ширше вказану концепцію.

1. Цифрове підключення та розширення ринку. За даними Всесвітньої туристичної організації ООН (UNWTO), глобальне використання Інтернету зросло з 2,5 мільярда користувачів у 2015 році до понад 5 мільярдів у 2023 році. Цей сплеск дозволив мандрівникам з країн, що розвиваються, таких як Індія, Нігерія та В'єтнам, досліджувати, бронювати та ділитися досвідом подорожей онлайн, що значно розширило коло потенційних туристів. Такі платформи, як Booking.com, Expedia та Airbnb, використовували глобальні мережі даних, щоб пропонувати інформацію про житло в режимі реального часу в тисячах напрямків. Наприклад, Booking.com повідомив, що у 2022 році понад 70% його бронювань було здійснено користувачами за межами домашнього ринку платформи (Нідерландів), що ілюструє, як потік інформації руйнує географічні бар'єри.

2. Великі дані та персоналізація. Компанії використовують моделі машинного навчання для аналізу тенденцій у соціальних мережах, пошукових запитів та поведінки покупців у минулому. Прикладом цього є панель інструментів «Travel Insights», запущена Google у 2021 році, яка допомогла туристичним радам виявити зростаючий інтерес до нішевих вражень (наприклад, екотуризм у Коста-Риці) та відповідно коригувати маркетингові витрати. Авіакомпанії та готелі використовують алгоритми, які коригують ціни на основі сигналів попиту, зібраних у всьому світі. Дослідження Міжнародної асоціації повітряного транспорту (IATA) 2020 року показало, що динамічне ціноутворення збільшило середній дохід на одне місце на 4-6% у основних перевізників, безпосередньо пов'язуючи обробку інформації зі зростанням ринку.

3. Зв'язок у режимі реального часу та надання послуг. Поширення смартфонів перетворило мандрівників на споживачів інформації «в дорозі». Такі додатки, як TripIt та Google Trips, збирають дані про рейси, проживання та активність, надаючи миттєві оновлення щодо змін у виходах на посадку, сповіщення про погоду або місцеві рекомендації щодо здоров'я. Такі напрямки, як Рада з туризму Сінгапуру, розгорнули чат-боти зі штучним інтелектом, які обробляють до 80% рутинних запитів кількома мовами, скорочуючи час відповіді з годин до секунд та покращуючи показники задоволеності відвідувачів.

4. Обмін знаннями та брендинг напрямків. Такі платформи, як Instagram, TikTok та YouTube, діють як децентралізовані маркетингові канали. Хештег «#VisitJapan» згенерував понад 12 мільйонів постів у 2022 році, впливаючи на наміри подорожувати серед міленіалів у Сполучених Штатах та Європі. Дослідження Journal of Travel Research (2023) показало, що UGC може збільшити ймовірність вибору напрямку до 30%. Туристичні ради тепер пропонують захопливі VR-тури по історичних місцях. «Віртуальне паломництво» Ватикану за перший рік залучило 1,2 мільйона віртуальних відвідувачів, перетворивши 15% учасників на справжніх паломників.

5. Політичні наслідки та розвиток інфраструктури. Країни, які запроваджують чіткі рамки захисту даних (наприклад, GDPR ЄС), як правило, приваблюють більше технічно підкованих туристів, які довіряють безпеці своєї особистої інформації. Звіт ОЕСР за 2021 рік пов'язав сильну політику щодо даних зі збільшенням доходів від в'їзного туризму на 2-3%. Такі міста, як Барселона та Сеул, інвестували в датчики Інтернету речей, уніфіковані цифрові квитки та портали відкритих даних. Ці ініціативи покращують «управління натовпом», скорочують час очікування та надають практичну інформацію містобудівникам, тим самим покращуючи загальний досвід відвідувачів.

Глобалізація інформаційних процесів трансформує основні складові туристичного бізнесу — від маркетингу й продажу до поведінки клієнтів. Вона показує, що цифровізація спричинила глобальну інтеграцію, змінила споживчі очікування та посилила конкуренцію (табл. 1).

Таблиця 1.

Вплив глобалізації інформаційних процесів на складові міжнародного туристичного ринку

Сфера впливу	Характер змін	Приклади прояву
Маркетинг туристичних послуг	Перехід до цифрових каналів комунікації	Онлайн-реклама, таргетинг у соцмережах, інфлюенс-маркетинг
Продаж і бронювання	Автоматизація та глобальна інтеграція систем	Booking.com, Airbnb, Amadeus
Споживча поведінка	Зростання ролі онлайн-оглядів та персоналізованих пропозицій	TripAdvisor, інтеграція з Google Maps
Конкурентоспроможність	Посилення глобальної конкуренції	Домінування міжнародних платформ над локальними агентствами
Якість послуг	Використання big data для аналізу клієнтів	Алгоритми рекомендацій і динамічне ціноутворення

Джерело: сформовано на основі [11,14].

Хоча глобалізація інформації приносить користь багатьом, регіони з обмеженим доступом до широкопasmового зв'язку ризикують бути виключеними з глобального туристичного наративу. За оцінками Світового банку, 3 мільярди людей досі не мають надійного Інтернету, що обмежує їхню здатність брати участь в екосистемах цифрового туризму. Зростання онлайн-бронювання привабило кіберзлочинців. У 2022 році атака програми-вимагача на велику готельну мережу зірвала бронювання для понад 200 000 гостей, що підкреслило необхідність надійних заходів кібербезпеки.

На рис.1 показано подвійний ефект глобалізаційних процесів. З одного боку, туристичний бізнес отримує інструменти для оптимізації та розвитку, а з іншого — стикається з ризиками, які можуть підірвати його стабільність. Це підкреслює необхідність державного та міжнародного регулювання.

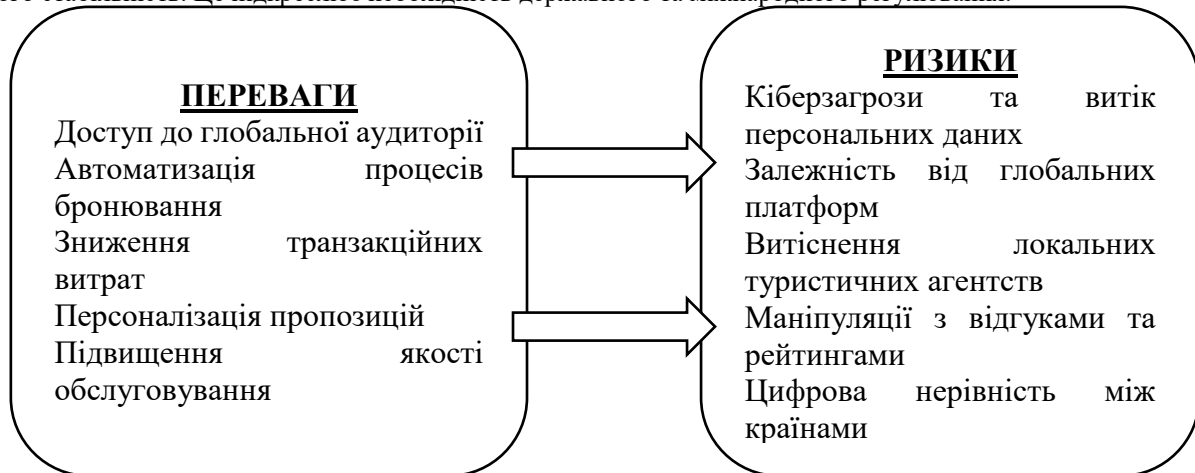


Рис. 1 Переваги та ризики глобалізації інформаційних процесів у туризмі [7, 8]

Незважаючи на очевидні переваги, впровадження нових технологій у туристичну галузь супроводжується низкою серйозних викликів. Однією з ключових проблем залишаються високі початкові витрати на розробку, інтеграцію та обслуговування сучасних технологічних рішень, що особливо ускладнює діяльність малих і середніх підприємств. Використання систем управління бронюванням, платформ для віртуальних турів чи блокчейн-технологій вимагає значних фінансових інвестицій, які нерідко виявляються непосильними. Додатковою перешкодою є необхідність навчання персоналу та забезпечення технічної підтримки інфраструктури, адже працівники повинні оволодіти новими цифровими інструментами, а підприємства — витрачати ресурси на оновлення програмного забезпечення та ремонт обладнання. Водночас актуалізуються питання інтернет-безпеки та захисту персональних даних клієнтів, оскільки збільшення обсягів онлайн-операцій підвищує ризик кібератак і витоків конфіденційної інформації, що потребує впровадження високих стандартів кіберзахисту. Ще однією суттєвою проблемою є відсутність єдиних міжнародних нормативів та стандартів використання інновацій у сфері туризму, що змушує компанії адаптуватися до різних юридичних і технічних вимог у кожній країні та ускладнює процес глобальної цифровізації галузі. Ці проблеми потребують комплексного підходу, включаючи державну підтримку, освітні програми та міжнародне співробітництво для розробки та впровадження єдиних стандартів, що забезпечить успішну та безпечну інтеграцію технологій у туристичну сферу.

Провідні міжнародні інституції, такі як Всесвітня туристична організація ООН (UNWTO), Світова організація торгівлі (COT), Міжнародна організація цивільної авіації (ICAO) та регіональні організації, такі як Європейський Союз (ЄС) та Асоціація держав Південно-Східної Азії (АСЕАН), відіграють ключову роль у формуванні того, як інформація генерується, поширюється та захищається в рамках світового туристичного сектору.

В таблиці 2 підкреслено, що розвиток міжнародного ринку неможливий без глобальної координації, єдиних стандартів і захисту прав користувачів.

Таблиця 2.

Роль міжнародних інституцій у регулюванні інформаційних процесів у туризмі

Інституція	Основні напрями діяльності	Приклади впроваджених ініціатив
UNWTO (Всесвітня туристична організація)	Розробка глобальних стратегій розвитку цифрового туризму	UNWTO Digital Futures Program
Європейський Союз	Цифровий ринок, регулювання даних, захист прав споживачів	GDPR, Digital Services Act
OECD	Дослідження та рекомендації щодо впливу цифровізації на економіку	«Tourism Trends and Policies»
WTTC (Всесвітня рада з подорожей і туризму)	Лобіювання інтересів туристичного бізнесу, впровадження інновацій	Ініціативи з використання AI і blockchain
Міжнародна авіаційна асоціація (IATA)	Уніфікація інформаційних стандартів у транспорті	Система електронних квитків (e-ticketing)

Джерело: сформовано на основі [5,6].

Міжнародні інституції виступають основою надійної, безпечної та сталої екосистеми туристичної інформації. Встановлюючи стандарти, захищаючи дані, координуючи кризову комунікацію, сприяючи сталому розвитку та нарощуючи потенціал, вони забезпечують, щоб потік інформації — незалежно від того, чи стосується вона рекомендацій щодо здоров'я, впливу на навколишнє середовище — залишався точним, прозорим та корисним як для мандрівників, так і для місць призначення. Постійна співпраця між цими органами, національними урядами та зацікавленими сторонами приватного сектору є важливою для адаптації до нових викликів, таких як контент, створений штучним інтелектом, загрози кібербезпеці та мінливі очікування цифрового туристичного населення.

Хоча технології пропонують величезний потенціал для покращення вражень та підвищення практики сталого розвитку, проблеми з впровадженням залишаються. Цифровий розрив між регіонами – бали TTDI щодо ІКТ (готовність до інформаційно-комунікаційних технологій) коливаються від майже 5 в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні до менше ніж 3 в Африці – обмежує рівноправну конкуренцію. Проблеми конфіденційності та безпеки даних вимагають ретельного керування в регуляторному середовищі, зберігаючи при цьому очікувану персоналізацію, особливо враховуючи, що цей сектор посідає третє місце за кількістю кібератак, а 70% компаній зазнали витоків даних[41]. Наслідки для робочої сили включають потенційне скорочення робочих місць та створення нових посад, що вимагають цифрових навичок.

Глобалізація інформаційних процесів виступає системоутворювальним фактором розвитку міжнародного туристичного ринку, формуючи нові можливості для бізнесу й одночасно породжуючи виклики, які потребують комплексних рішень на національному та міжнародному рівнях.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Глобалізація інформаційних процесів — це не просто допоміжна функція; це ключовий фактор розвитку міжнародного туристичного ринку. Від розширення охоплення через цифрове підключення до вдосконалення досвіду за допомогою великих даних та штучного інтелекту, інформаційні потоки формують попит, пропозицію та конкурентну динаміку. Зацікавлені сторони — уряди, підприємства та постачальники технологій — повинні тому надавати пріоритет сумісним, безпечним та інклюзивним інформаційним екосистемам для підтримки зростання та забезпечення того, щоб туризм приносив користь ширшому сегменту населення світу.

Література

1. Amadeus. Passenger experience at the airport. Retrieved from: <https://amadeustechtrends.com/airlines-2024/passenger-experience-at-the-airport.html>
2. Business Research Insights. Travel technology market size, share, growth, and industry analysis, by type (airline and hospitality, IT solutions, global distribution system [GDS]), by application (ticket service, hotel-related service, others), regional insights and forecast from 2025 to 2033. <https://www.businessresearchinsights.com/market-reports/travel-technology-market-110253#:~:text=The%20global%20travel%20technology%20market,the%20travel%20technology%20market%20share.>
3. Data shared with the authors by Tourism Economics – Oxford Economics Company. 2024. Global travel service. <https://www.oxfordeconomics.com/service/subscription-services/travel-tourism/global-travel-service/>
4. Hong Kong International Airport. Annual report 2023/2024. <https://www.legco.gov.hk/yr2024/english/counmtg/papers/cm20240703-sp046-e.pdf>
5. Total contribution to GDP: GDP generated directly by T&T plus the indirect and induced contributions. Indirect contribution: the contribution of capital investment, government collective spending and supply

chain effects (purchases of domestic goods and services directly by different industries within T&T). Induced contribution: the broader contribution to GDP of spending by those directly or indirectly employed by T&T.

6. World Travel & Tourism Council. 2024. Travel and tourism economic impact 2024. <https://researchhub.wttc.org/product/economic-impact-report-global-trends>
7. Богдан Н.М., Аліпова Д. Вплив глобалізаційних процесів на розвиток міжнародного туризму. Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. «Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики» (м. Харків, 15 квітня 2024 р.). Харків: ХНУМГ імені О.М. Бекетова, 2024. 342 с. С.83-85.
8. Дулин І.С., Макар О.П., Мельник О.В. Вплив глобалізаційних процесів на розвиток міжнародного туризму. «Молодий вчений» № 10 (62) жовтень, 2018 р. С.786-791
9. Зайцева В.М., Корнієнко О.М. Міжнародний туризм та глобалізація в сучасному світі. Вісник Запорізького національного університету. 2012. №2(8). С.55-65.
10. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія / Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. Г. Бойко та ін.; за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ: КНТЕУ, 2010. 596 с.
11. Ткаченко Т. І., Козловський Є. В. Вплив глобальних дистрибутивних систем на розвиток сучасного туристичного бізнесу. Економіка та держава. Київ, 2018. № 6. С. 56–59. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/6_2018/14.pdf
12. Фалько Є. А. Науково-теоретичні засади розвитку глобальної інформатизації туристичного бізнесу. Вісник Дніпропетровського університету. Серія «МЕНЕДЖМЕНТ ІННОВАЦІЙ», 2015. Випуск 4.с.92-100
13. Хільчевська, І. Г. Діяльність ТНК у сфері туризму в умовах глобалізації світового господарства [Текст]. Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети. Матеріали VI міжнар. наук.-практ. конф. 9 листоп. 2012 р. – Х., 2012. – 265 с.
14. Долинська О. О., Біницька О. П., Гільберг Т. Г. Управління якістю туристичних послуг: сучасні тенденції. Економіка та суспільство. 2024. № 65. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-7>

References

1. Amadeus. (n.d.). *Passenger experience at the airport*. Retrieved August 31, 2025, from <https://amadeustechtrends.com/airlines-2024/passenger-experience-at-the-airport.html>
2. Business Research Insights. (n.d.). *Travel technology market size, share, growth, and industry analysis, by type (airline and hospitality, IT solutions, global distribution system [GDS]), by application (ticket service, hotel-related service, others), regional insights and forecast from 2025 to 2033*. Retrieved August 31, 2025, from <https://www.businessresearchinsights.com/market-reports/travel-technology-market-110253>
3. Tourism Economics – Oxford Economics Company. (2024). *Global travel service*. <https://www.oxfordeconomics.com/service/subscription-services/travel-tourism/global-travel-service/>
4. Hong Kong International Airport. (2024). *Annual report 2023/2024*. <https://www.legco.gov.hk/yr2024/english/counmtg/papers/cm20240703-sp046-e.pdf>
5. Total contribution to GDP: GDP generated directly by T&T plus the indirect and induced contributions. Indirect contribution: the contribution of capital investment, government collective spending and supply chain effects (purchases of domestic goods and services directly by different industries within T&T). Induced contribution: the broader contribution to GDP of spending by those directly or indirectly employed by T&T.
6. World Travel & Tourism Council. (2024). *Travel and tourism economic impact 2024*. <https://researchhub.wttc.org/product/economic-impact-report-global-trends>
7. Bohdan, N. M., & Alipova, D. (2024). Vplyv hlobalizatsiinykh protsesiv na rozvytok mizhnarodnoho turizmu [The influence of globalization processes on the development of international tourism]. In *Suchasni tendentsii rozvytku industrii turizmu ta hostynnosti: hlobalni vyklyky: Materialy III Mizhnar. nauk.-prakt. konf.* [Modern trends in the development of the tourism and hospitality industry: Global challenges: Proceedings of the III International scientific-practical conference] (pp. 83-85). O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv.
8. Dulyn, I. S., Makar, O. P., & Melnyk, O. V. (2018). Vplyv hlobalizatsiinykh protsesiv na rozvytok mizhnarodnoho turizmu [The influence of globalization processes on the development of international tourism]. *Molodyi vchenyi* [Young Scientist], 10(62), 786-791.
9. Zaitseva, V. M., & Kornienko, O. M. (2012). Mizhnarodnyi turizm ta hlobalizatsiia v suchasnomu sviti [International tourism and globalization in the modern world]. *Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho universytetu* [Bulletin of Zaporizhzhia National University], 2(8), 55-65.
10. Tkachenko, T. I., Melnychenko, S. V., & Boiko, M. H. (2010). *Stratehichniy rozvytok turystychnoho biznesu* [Strategic development of the tourism business] (A. A. Mazarak, Ed.). Kyiv National University of Trade and Economics.
11. Tkachenko, T. I., & Kozlovskiy, Ye. V. (2018). Vplyv hlobalnykh dystrybutyvnykh system na rozvytok suchasnoho turystychnoho biznesu [The impact of global distribution systems on the development of modern tourism business]. *Ekonomika ta derzhava* [Economy and State], (6), 56–59. http://www.economy.in.ua/pdf/6_2018/14.pdf
12. Falko, Ye. A. (2015). Naukovo-teoretychni zasady rozvytku hlobalnoi informatyzatsii turystychnoho biznesu [Scientific and theoretical principles of the development of global informatization of the tourism business]. *Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu. Seriya "Menedzhment innovatsii"* [Bulletin of Dnipropetrovsk University. "Innovation Management" Series], (4), 92-100.
13. Khilchevska, I. H. (2012). Diialnist TNK u sferi turizmu v umovakh hlobalizatsii svitovoho hospodarstva [Activity of TNCs in the sphere of tourism in the conditions of globalization of the world economy]. In *Turystychnyi biznes: svitovi tendentsii ta natsionalni prioryty: Materialy VI mizhnar. nauk.-prakt. konf.* [Tourism business: World trends and national priorities: Proceedings of the VI International scientific-practical conference]. Kharkiv.
14. Dolynska, O. O., Binytska, O. P., & Hilberh, T. H. (2024). Upravlinnia yakistiu turystychnykh posluh: suchasni tendentsii [Quality management of tourist services: Modern trends]. *Ekonomika ta suspilstvo* [Economy and Society], (65). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-7>