

Д'яченко Юрій Юрійович,
доктор економічних наук, професор, професор
факультету магістерських соціальних та
гуманітарних наук, Приватна установа
«Університет «Київська школа економіки»
Корнійчук Роман Олегович,
аспірант, Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця

Dyachenko Yuriy,
Kyiv School of Economics, Doctor of Economic
Sciences, Professor, Professor at the Faculty
of Master's Social and Humanitarian,
<https://orcid.org/0000-0002-6580-8874>
Korniychuk Roman, PhD Student, Simon Kuznets
Kharkiv National University of Economics,
<https://orcid.org/0009-0008-4095-9888>

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

FEATURES OF FORMING AN INFORMATION STRATEGY FOR TOURISM ENTERPRISE

Д'яченко Ю. Ю., Корнійчук Р. О. Особливості
формування інформаційної стратегії туристичного
підприємства. *Український журнал прикладної
економіки та техніки*. 2024. Том 9. № 2. С. 378 – 381.

Dyachenko Y., Korniychuk R. Features of forming an
information strategy for tourism enterprise. *Ukrainian
Journal of Applied Economics and Technology*.
2024. Volume 9. № 2, pp. 378 – 381.

У статті досліджено ключові аспекти формування інформаційної стратегії для туристичних підприємств, визначено її значення і вплив на ефективність діяльності компаній у сфері туризму. Метою дослідження є визначення необхідних складових інформаційної стратегії туристичних підприємств та дослідження особливостей її формування. У ході дослідження використовувалися наукові методи аналізу та синтезу, порівняння та узагальнення, а також методи експертної оцінки. Для досягнення мети використано комплексний підхід, що включає аналіз літератури, визначення сутності та складових інформаційної стратегії, порівняння основних різновидів інформаційної стратегії та розгляд особливостей впровадження інформаційних систем у туристичному секторі. Зокрема, було запропоновано авторський підхід до виокремлення видів інформаційної стратегії із означенням переваг та недоліків кожної із них. Встановлено, що ефективна інформаційна стратегія є ключовим фактором підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств. Виявлено, що правильний вибір і інтеграція інформаційних технологій, таких як CRM-системи, платформи для управління проектами і системи управління даними, значно покращують оперативність і точність обробки інформації, що сприяє підвищенню загальної продуктивності компаній. Наукова новизна роботи полягає у систематизації знань про інформаційні стратегії в контексті туристичного бізнесу та в розробці рекомендацій щодо їх практичного впровадження. Практична значущість полягає у створенні пропозицій для туристичних підприємств, що допоможе оптимізувати інформаційні процеси та підвищити ефективність їхньої діяльності. Перспективи подальших досліджень охоплюють вивчення нових інформаційних технологій та їхнього впливу на розвиток туристичного бізнесу, а також розробку більш детальних рекомендацій для адаптації інформаційних стратегій до специфічних умов ринку.

Ключові слова: інформаційна стратегія, туристичне підприємство, інформаційні системи, інформаційно-комунікаційні технології, діджиталізація, стратегія розвитку, конкурентоспроможність.

The article explores key aspects of developing an information strategy for tourism enterprises, highlighting its significance and impact on the effectiveness of companies in the tourism sector. The aim of the study is to identify the essential components of an information strategy for tourism enterprises and to investigate the specifics of its formulation. During the study, scientific methods employed included analysis and synthesis, comparison and generalization, as well as expert evaluation methods. A comprehensive approach was used to achieve this aim, including literature analysis, defining the essence and components of information strategies, comparing different types of information strategies, and examining the implementation of information systems in the tourism sector. Specifically, the authors proposed a unique approach to distinguishing types of information strategies, outlining the advantages and disadvantages of each. It was established that an effective information strategy is a key factor in enhancing the competitiveness of tourism enterprises. The study revealed that the correct selection and integration of information technologies, such as CRM systems, project management platforms, and data management systems, significantly improve the efficiency and accuracy of information processing, which contributes to the overall productivity of companies. The scientific novelty of the work lies in the systematization of knowledge about information strategies in the context of the tourism business and the development of recommendations for their practical implementation. The practical significance is reflected in the creation of proposals for tourism enterprises to optimize information processes and improve their operational efficiency. Future research prospects include studying new information technologies and their impact on the development of the tourism business, as well as developing more detailed recommendations for adapting information strategies to specific market conditions.

Keywords: information strategy, tourist enterprise, information systems, information and communication technologies, digitalization, development strategy, competitiveness.

Вступ

В умовах сучасної інформаційної епохи суспільство та всі його сфери стикаються з жорсткими вимогами щодо ефективного використання ресурсів і часу. Це сприяє стрімкому розвитку інноваційних технологій у сфері обробки та передачі інформації. Сучасні інформаційні програми забезпечують можливість визначення завдань на конкретний період, нагадування про важливі події, а також зберігання та аналіз даних. Впровадження таких технологій дозволяє туристичним підприємствам оптимізувати свою діяльність, максимально ефективно використовувати часові та людські ресурси, а також автоматизувати процеси для швидшого виконання завдань. Дізнатися про наявність місць на будь-який рейс або в будь-яку країну в умовах діджиталізації можна легко за допомогою мобільного пристрою і доступу до

© Д'яченко Юрій Юрійович, Корнійчук Роман Олегович, 2024

ISSN 2415-8453. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2024 рік. Том 9. № 2.

інтернету. Це підвищує рівень доступності інформації для потенційних туристів і зменшує бар'єри для отримання інформації про туристичні продукти, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичних підприємств. Оскільки потреба в інформації про туристичні послуги в інтернеті зростає, важливо переосмислити споживчу поведінку. Контент як сукупність даних і інформації служить мостом між виробником і споживачем, допомагає формувати довірчі стосунки та надає цінності і сенсу процесу підготовки до отримання туристичних послуг.

Інформаційні системи та технології впливають на всі сфери життєдіяльності людини, що робить їх ключовими факторами успіху сучасних туристичних підприємств. У туристичному бізнесі, де основний товар – це послуга, що реалізується безпосередньо під час її надання, використання новітніх інформаційних технологій є критично важливим. Сучасні туристи активно користуються цифровими платформами для пошуку і бронювання послуг, що підвищує вимоги до швидкості та зручності сервісу. У цьому контексті формування інформаційної стратегії стає необхідністю для туристичних підприємств, оскільки такий тип стратегії дозволяє підприємствам ефективно інтегрувати нові технології у свою діяльність, забезпечуючи зручний доступ до інформації, простоту процесу бронювання і високий рівень обслуговування клієнтів. Здатність використовувати новітні технології і адаптувати інформаційні стратегії відповідно до вимог ринку не лише підвищує конкурентоспроможність підприємства, але й забезпечує задоволення потреб сучасних туристів, що активно використовують цифрові рішення. Таким чином, формування та реалізація інформаційної стратегії є ключовим фактором для успішної інтеграції технологій у туристичний бізнес і досягнення високих результатів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інтеграція інформаційних технологій у туристичний бізнес стала критично важливою для функціонування та розвитку підприємств з урахуванням зростаючої конкуренції та рівня цифровізації. Сучасні дослідження провідних закордонних науковців, таких як Бухаліс Д. [1], Бенкендорф П. та ін. [2], підтверджують, що використання новітніх цифрових платформ та аналітичних інструментів значно покращує ефективність управління бронюваннями та персоналізації обслуговування клієнтів. Важливими є також висновки про необхідність постійного оновлення інформаційних стратегій, щоб відповідати вимогам ринку і технологічним тенденціям, які швидко змінюються, на що акцентують увагу Погуда Н. [3], Івченко Л. та ін. [4]. Публікації вітчизняних науковців у сфері туризму Сущенко О. [5], Босовської М. та ін. [6], Мельниченко С. та ін. [7] звертають увагу на важливості інтеграції штучного інтелекту та великих даних для оптимізації бізнес-процесів і підвищення задоволеності клієнтів. Хоча загальне використання інформаційних технологій у туризмі досліджене досить добре, специфічні аспекти розробки і реалізації інформаційних стратегій для туристичних підприємств залишаються недостатньо вивченими.

Формулювання цілей статті

Метою статті визначено систематизацію необхідних складових інформаційної стратегії туристичних підприємств та дослідження особливостей її формування. Для досягнення відповідної мети було означено ключові завдання: визначити ключові елементи й етапи розробки ефективної інформаційної стратегії, виокремити види інформаційної стратегії та запропонувати методичні рекомендації щодо інтеграції сучасних інформаційних рішень для підвищення конкурентоспроможності й адаптивності туристичних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження

У сучасному світі зацікавленість інформацією значно зросла через формування інформаційного суспільства, де інформація стала невід'ємною складовою усіх галузей економіки, ігнорувати її стало неможливо. У туристичній індустрії, де конкуренція є надзвичайно інтенсивною, інформація допомагає підприємству виділитися серед безлічі конкурентів, а чітке і узгоджене комунікаційне повідомлення, яке акцентує унікальні переваги та пропозиції компанії, здатне привернути увагу потенційних клієнтів та забезпечити конкурентну перевагу.

Інформаційна стратегія як комплексний план і система заходів, спрямованих на ефективне управління інформаційними ресурсами і технологіями, дозволяє покращити бізнес-процеси, підвищити конкурентоспроможність підприємства та задовольнити потреби туриста. Вона включає розробку і реалізацію методів збору, обробки, зберігання і використання інформації, а також інтеграцію сучасних інформаційних технологій для оптимізації комунікацій, маркетингу, управління бронюваннями і персоналізації обслуговування. Мета інформаційної стратегії полягає у забезпеченні ефективного обміну інформацією всередині підприємства і з зовнішніми стейкхолдерами, а також адаптуватися до ринкового середовища і технологічних інновацій.

В основі формування інформаційної стратегії насамперед передбачається використання інформації, яка має бути достовірною, точною, актуальною і релевантною, а також захищеною. У сучасних умовах можна виділити декілька підходів до формування інформаційної стратегії підприємства як стратегії його розвитку, зокрема управлінський, технічний, економічний та технологічний. Кожен із них забезпечує реалізацію інформаційної стратегії.

Основа формування інформаційної стратегії складають такі ключові компоненти:

- визначення стратегічних цілей, які повинні бути досягнуті за допомогою інформаційних технологій;
- оцінка потреб бізнесу і вимог туристів, що допомагає зрозуміти, які функціональні можливості повинні бути реалізовані для досягнення стратегічних цілей;
- аудит поточних технологічних ресурсів з урахуванням їх ефективності, обмежень і можливостей для удосконалення;

- навчання персоналу, що передбачає освоєння нових технологічних продуктів;
- діагностика ринкових і інноваційних трендів з метою визначення нових технологій і рішень, які можуть бути корисними для покращення роботи туристичного підприємства;
- розробка плану реалізації інформаційної стратегії, який включає етапи впровадження інформаційної стратегії, визначення необхідних ресурсів, бюджету, строків та виконавців;
- вибір та впровадження нових інформаційних технологій;
- створення та розробка інформаційної інфраструктури, яка передбачає наявність серверів, баз даних, мережі і комунікаційних систем, а також охоплюватиме безпеку;
- моніторинг і коригування як завершальний етап формування інформаційної стратегії.

З позиції важливих функцій, на які спрямована інформаційна стратегія, найбільш значущими слід відзначити генеруючу, забезпечуючу та збалансовану. Оскільки інформаційна стратегія є узагальнюючим поняттям, яка має спиратися на використання відповідних інформаційних та комунікаційних технологій, доцільним буде групування її видів за різними ключовими ознаками (табл. 1).

Таблиця 1. Класифікація видів інформаційних стратегій туристичного підприємства

Вид	Переваги	Недоліки
Стратегія управління інформаційними системами	покращення ефективності існуючих систем, інтеграція різних систем, підвищення надійності та безпеки даних	значні інвестиції в оновлення систем, складна для інтеграції старих систем з новими
Стратегія цифрового маркетингу	розширення аудиторії та залучення нових клієнтів, підвищення видимості бренду в онлайн-середовищі	постійні витрати на рекламу та контент, алгоритмічні зміни на платформах
Стратегія управління даними	покращення якості обслуговування клієнтів, забезпечення точності і своєчасності бізнес-аналітики, персоналізовані пропозиції	різні джерела, потужні системи зберігання та обробки даних
Стратегія інновацій та технологічного розвитку	новітні технології для покращення конкурентоспроможності, підвищення ефективності і покращення клієнтського досвіду	високі витрати на дослідження і розробку нових технологій, ризики невдачі або затримок при впровадженні нових рішень
Стратегія кібербезпеки	захист інформаційних систем і даних від кібератак і витоків, забезпечення відповідності нормативним вимогам і стандартам безпеки	високі витрати на постійне оновлення та моніторинг безпеки, труднощі при реалізації (особливо для малих підприємств)
Стратегія управління комунікаціями	покращення ефективності внутрішньої та зовнішньої комунікації, забезпечення зручності для клієнтів і партнерів	постійні витрати на підтримку і модернізацію комунікаційних платформ, складність у координації між різними каналами комунікації
Стратегія інтеграційного розвитку	розширення можливостей через партнерство й інтеграцію з іншими системами і сервісами, доступ до нових технологій і ринків	Складність реалізації, координації, ризики, пов'язані з надійністю і якістю нововведень

Джерело: складено авторами

Запропоноване виокремлення видів інформаційної стратегії може бути доповнене або розширене залежно від мети реалізації стратегії та потенціалу туристичного підприємства.

Стратегічний підхід, якого у своєму дослідженні притримуються Власенко Т. та Козак К. [8], вказує на важливість вибору ефективної стратегії, оскільки підприємство, яке реалізує стратегію, що не націлена на його розвиток, не зможе досягти визначеної мети і поставлених завдань.

З позиції практичного підходу до формування і реалізації інформаційної стратегії туристичного підприємства доцільним є розгляд найбільш поширених програмних продуктів та ресурсів, які використовуються туристичними підприємствами у процесі операційної діяльності. До таких ресурсів належать системи управління відносинами з клієнтами, платформи для управління проектами, спеціалізований софт, системи для обробки та зберігання даних, інструменти для електронного документообігу, канали комунікації з клієнтами туристичних послуг тощо.

Сучасний туристичний сектор активно впроваджує різноманітні інформаційно-комунікаційні технології, які охоплюють широкий спектр застосувань. До них відносяться:

програмні рішення для управління туристичними підприємствами, а саме:

- глобальні автоматизовані системи бронювання (GDS): платформи Amadeus, Sabre або Galileo, які інтегрують інформацію про авіаперельоти, готелі, прокат автомобілів й інші туристичні послуги, дозволяючи користувачам швидко знаходити і бронювати необхідні послуги;
- програмне забезпечення для агентств з організації подорожей, яке дозволяє ефективно управляти заявками клієнтів, обробляти бронювання та надавати консультації;
- платіжні системи: інноваційні платіжні рішення, включаючи мобільні платіжні платформи, електронні гаманці і криптовалюти, що спрощують процеси оплати і забезпечують безпеку транзакцій;
- інтегровані комунікаційні мережі: системи, що дозволяють з'єднувати різні елементи туристичної інфраструктури, такі як готелі, транспортні компанії та туроператори, забезпечуючи безперебійний обмін інформацією;
- мультимедійні технології: віртуальні тури, 3D-моделі готелів та туристичних об'єктів, а також інтерактивні карти, які допомагають туристам планувати подорожі й мати уявлення про місця, які вони збираються відвідати;
- системи управління готелями та курортами, які допомагають автоматизувати процеси резервування, обробки замовлень і управління ресурсами;

– системи управління інформацією: CRM-системи (управління взаєминами з клієнтами), які допомагають туристичним компаніям збирати, аналізувати та використовувати дані про клієнтів для покращення якості обслуговування і маркетингових стратегій.

Впровадження цих технологій дозволяє не тільки підвищити ефективність роботи туристичних компаній, але і покращити досвід туристів, забезпечуючи більш персоналізований та зручний сервіс.

Для ефективної інтеграції сучасних інформаційно-комунікаційних технологій в інформаційну стратегію туристичного підприємства важливо розпочати з детального аналізу наявних IT-процесів і потреб підприємства та клієнтів. На основі цього аналізу слід розробити чітку інформаційну стратегію, встановивши конкретні цілі, терміни, бюджет та ресурси для впровадження нових рішень. Вибір інформаційних рішень має включати CRM-системи для управління клієнтськими даними, CMS для ведення вебконтенту, аналітичні інструменти для збору і аналізу даних, мобільні додатки для зручності клієнтів, а також системи автоматизації маркетингу. Важливо інтегрувати ці системи з існуючими, забезпечити навчання персоналу для ефективного використання нових інструментів та регулярно оцінювати їх ефективність, коригуючи стратегії за потреби. Забезпечення безпеки даних і дотримання юридичних вимог є критично важливими, а також слід активно працювати над персоналізацією клієнтського досвіду та збором зворотного зв'язку для постійного вдосконалення сервісу.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Отже, необхідність стратегічного підходу до управління інформаційними ресурсами в туристичному бізнесі є ключем до успіху в умовах високої конкуренції та швидкого розвитку технологій. Стратегічний підхід до управління інформаційними ресурсами дозволяє компаніям бути більш конкурентоспроможними, ефективно використовувати нові технології і зберігати високий рівень обслуговування клієнтів, що є критично важливим для успіху в туристичному бізнесі. У ході проведеного дослідження було проаналізовано визначальні аспекти формування інформаційної стратегії для туристичних підприємств, виявлено її значення і вплив на ефективність їхньої діяльності. Встановлено, що сучасні інформаційні технології є критично важливими для підвищення конкурентоспроможності у туристичній сфері, де швидкість і точність інформації мають вирішальне значення. Запропоновано виокремлення різних видів інформаційної стратегії, враховуючи вектор стратегічного розвитку туристичного підприємства.

Дослідження підтвердило, що успішне впровадження інформаційної стратегії передбачає комплексний підхід. Підприємства, які впроваджують ефективні інформаційні стратегії, здатні значно підвищити свою продуктивність і краще відповідати на потреби ринку. Водночас недостатня увага до стратегічного планування і вибору технологій може призвести до зниження конкурентоспроможності і неефективного використання ресурсів.

Література

1. Buhalis D. eTourism: Information technology for strategic tourism management. Pearson education. 2003. 367 p.
2. Benckendorff P.J., Xiang Z., Sheldon P.J. Tourism information technology. Cabi. 2019. 355 p.
3. Pohuda N. Research of the implementation level of information and communication technologies by tourism enterprises. *Economics of Development*. 2023. Vol. 22. N 1. P. 8-19. DOI: <https://doi.org/10.57111/econ/1.2023.08>.
4. Ivchenko L., Pohuda N., Sushchenko O. The role of Internet resources and social media in the strategic development of tourism. *Business Management*. 2023. N 4. DOI: <https://doi.org/10.58861/tae.bm.2023.4.05>.
5. Sushchenko O., Aleksandrov M. Information Technologies and Social Networks in Business: Integrated Implementation. *2022 IEEE 9th International Conference on Problems of Infocommunications, Science and Technology (PIC S&T)*. 2022. P. 353-358.
6. Bosovska M., Boiko M., Bovsh L., Okhrimenko A. Artificial Intelligence in Ensuring the Business Economic Security. *2023 IEEE 5th International Conference on Modern Electrical and Energy System (MEES)*. 2023. P. 1-6.
7. Melnychenko S., Tkachenko T., Dupliak T. Digitalisation as a tool of tourism recovery in European Union in post-COVID-19. *Financial and credit activity problems of theory and practice*. 2021. Vol. 6. N. 41. P. 427-436.
8. Vlasenko T., Kozak K. Theoretical and methodological basis of research organizational culture as a factor of strategy implementation. *Actual problems of innovative economy and law*. 2023. № 3. P. 60-65.

References

1. Buhalis, D. (2003). eTourism: Information technology for strategic tourism management. Pearson education.
2. Benckendorff, P.J., Xiang, Z., Sheldon, P.J. (2019). Tourism information technology. Cabi.
3. Pohuda, N. (2023). «Research of the implementation level of information and communication technologies by tourism enterprises». *Economics of Development*. Vol. 22. N 1. pp. 8-19. DOI: <https://doi.org/10.57111/econ/1.2023.08>.
4. Ivchenko, L., Pohuda, N., Sushchenko, O. (2023). «The role of Internet resources and social media in the strategic development of tourism». *Business Management*. N 4. DOI: <https://doi.org/10.58861/tae.bm.2023.4.05>.
5. Sushchenko, O., Aleksandrov, M. (2022). Information Technologies and Social Networks in Business: Integrated Implementation. *2022 IEEE 9th International Conference on Problems of Infocommunications, Science and Technology (PIC S&T)*. pp. 353-358.
6. Bosovska, M., Boiko, M., Bovsh, L., Okhrimenko, A. (2023). Artificial Intelligence in Ensuring the Business Economic Security. *2023 IEEE 5th International Conference on Modern Electrical and Energy System (MEES)*. pp. 1-6.
7. Melnychenko, S., Tkachenko, T., Dupliak, T. (2021). «Digitalisation as a tool of tourism recovery in European Union in post-COVID-19». *Financial and credit activity problems of theory and practice*. Vol. 6. N. 41. pp. 427-436.
8. Vlasenko, T., Kozak, K. (2023). «Theoretical and methodological basis of research organizational culture as a factor of strategy implementation». *Actual problems of innovative economy and law*. № 3. pp. 60-65.

Стаття надійшла до редакції 18.03.2024 р.