

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2025. № 9.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.9.62>

УДК 338.486.6(477):336:004

О. С. Тарасенко,

*к. е. н., старший викладач кафедри управління та смарт-інновацій,
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна*

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3024-1385>

С. І. Грищенко,

аспірант,

Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0003-1496-3625>

ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ТУРИСТИЧНИХ КОМПАНІЙ В КОНТЕКСТІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ FINTECH

O. Tarasenko,

*PhD in Economics, Senior Lecturer of the Department of Management and Smart
Innovations,*

Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine

S. Gryshchenko,

Postgraduate student,

Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine

EFFECTIVENESS OF UKRAINIAN TOURISM COMPANIES IN THE CONTEXT OF DIGITALISATION AND FINTECH DEVELOPMENT

В умовах глобальних викликів та ризиків одним із основних напрямів відновлення туристичної галузі, що належить до найбільш постраждалих від наслідків повномасштабного вторгнення російської федерації та пандемії COVID-19, є впровадження цифрових і фінансових технологій. До цифрових, у тому числі FinTech-рішень, які набули найбільшого поширення у сфері туризму, доцільно віднести: віртуальні картки, мобільні гаманці, QR-платежі, BNPL-інструменти тощо. Обґрунтовано, що застосування цифрових і фінансових технологій сприяє підвищенню попиту на послуги суб'єктів туристичної діяльності, оскільки забезпечує комфорт, швидкість, ефективність та надійність процесів в екосистемі подорожей. Зроблено висновок про наявність зв'язку між показниками присутності туристів в онлайн-середовищі та використанням цифрових і фінансових технологій в процесі надання послуг підприємствами туристичної діяльності. Аналіз показав, що в Україні операційна та загальна рентабельність туристичних компаній протягом 2010-2022 рр. демонстрували низькі або негативні показники через зовнішні потрясіння, інфраструктурні проблеми та регуляторні обмеження. Водночас активне впровадження цифрових і фінансових технологій дозволяє поступово змінити цю тенденцію, сприяючи відновленню туристичного бізнесу в Україні та його подальшому розвитку. Визначено напрями підвищення ефективності діяльності вітчизняних туристичних компаній на основі застосування цифрових і фінансових технологій, що сприятиме: оптимізації витрат та процесу бюджетування, підвищенню лояльності клієнтів, поліпшенню користувацького досвіду і фінансових процесів, формуванню нових фінансових моделей та утворенню джерел додаткових доходів.

In the context of global challenges and risks, one of the main areas of recovery for the tourism industry, which has been among the hardest hit by the full-scale invasion of the Russian Federation and the COVID-19 pandemic, is the introduction of digital and financial technologies. The most widespread digital and

FinTech solutions in the tourism sector include virtual cards, mobile wallets, QR payments, BNPL tools, etc. It has been proven that the use of digital and financial technologies contributes to an increase in demand for the services of tourism operators, as it ensures comfort, speed, efficiency and reliability of processes in the travel ecosystem. It was concluded that there is a correlation between the indicators of tourist presence in the online environment and the use of digital and financial technologies in the process of providing services by tourism companies. The analysis showed that in Ukraine, the operating and overall profitability of tourism companies during 2010-2022 showed low or negative indicators due to external shocks, infrastructure problems and regulatory restrictions. At the same time, the active introduction of digital and financial technologies is gradually changing this trend, contributing to the recovery of the tourism business in Ukraine and its further development. Areas for improving the efficiency of domestic tourism companies through the use of digital and financial technologies have been identified, which will contribute to: optimising costs and the budgeting process, increasing customer loyalty, improving the user experience and financial processes, forming new financial models and creating sources of additional income.

Ключові слова: *туристична галузь, цифровізація, обсяг реалізації туристичних послуг, рентабельність, цифрові та фінансові технології.*

Keywords: *tourism industry, digitalisation, volume of tourism services sold, profitability, digital technologies and FinTech.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Туризм є важливою ланкою економічної системи та чинником соціально-економічного розвитку України, оскільки забезпечує валютні надходження, сприяє підвищенню рівня зайнятості населення та інтеграції України у світовий культурний простір. Активний розвиток туризму, в т.ч. міжнародного, в Україні

сповільнився у зв'язку із впливом наслідків COVID-19 [1]. Туристичні оператори, готелі та перевізники опинились у надзвичайно складних умовах, що позначилося на їх фінансовому стані. Ще більш серйозним викликом стало повномасштабне вторгнення російської федерації в Україну у 2022 році, в результаті чого туристичні компанії зіштовхнулися із додатковою окупацією частини території України, пошкодженням об'єктів інфраструктури, внутрішньою міграцією населення. Вітчизняна туристична галузь через погіршення безпекових умов для туристів і туристичних підприємств втратила персонал, ринки, інфраструктуру, зазнала фінансових збитків.

Сучасні складні умови діяльності українських туристичних компаній призвели до необхідності пошуку можливих напрямів до відновлення їх діяльності та подальшого розвитку, а світові тенденції цифровізації, в тому числі й у сфері фінансових операцій, обумовили перспективність використання з цією метою цифрових технологій та, особливо, сучасних фінансових цифрових рішень. Як показує практика, саме FinTech-платформи, віртуальні картки, мобільні гаманці, QR-платежі та BNPL (Buy Now Pay Later) здатні забезпечити: більшу доступність туризму для українців, а для України – популярність серед іноземних туристів; значне спрощення міжнародних розрахунків; створення інтегрованих цифрових рішень. Незважаючи на надзвичайно складні умови функціонування, туристична галузь України може бути модернізована на основі інтеграції фінансових і цифрових технологій, що сприятиме зростанню конкурентоспроможності суб'єктів туристичної діяльності України на міжнародному ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання впливу глобальних викликів, зокрема, повномасштабного вторгнення російської федерації, на розвиток туристичної галузі України розглядались у дослідженнях [1-4]. Також досить широко висвітленими у наукових публікаціях [5-11] є особливості застосування FinTech у галузі туризму. Водночас, подальших досліджень потребують питання залежності ефективності та фінансових

результатів туристичних компаній від розвитку цифрової туристичної інфраструктури, включаючи системи аналітики, електронні платформи продажу, а також можливостей цифровізації фінансових рішень для туристів та українських туристичних компаній в процесі реалізації туристичних послуг і продуктів.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є оцінка динаміки окремих фінансових та економічних показників діяльності українських туристичних компаній, тенденцій цифровізації в туристичній галузі, зокрема, застосування FinTech, з позицій підтвердження впливу застосування таких технологій на ефективність діяльності суб'єктів туристичної діяльності.

Виклад основного матеріалу. Туристична галузь, як і будь-яка галузь економіки, зазнала суттєвих змін протягом останніх років. Це обумовлено глобалізаційними процесами, а також стрімким розвитком цифрових технологій. Сучасні споживачі туристичних послуг цінують комфорт, а саме: швидкість, зручність, надійність і певну автономність планування, організації та здійснення подорожей. Провідне місце серед цифрових технологій, на основі яких забезпечується функціонування сучасного туризму, займають фінансові технології (FinTech), які забезпечують не лише значне спрощення процесів оплати, а й можуть стати інструментом ефективного управління витратами споживачів туристичних послуг та самих туристичних компаній [5]. Розвиток цифрових технологій в туристичній галузі України проілюстровано на основі динаміки показника цифрової присутності туристів в онлайн-середовищі (Digital Travel Footprint in Ukraine), що наведено на рис. 1.

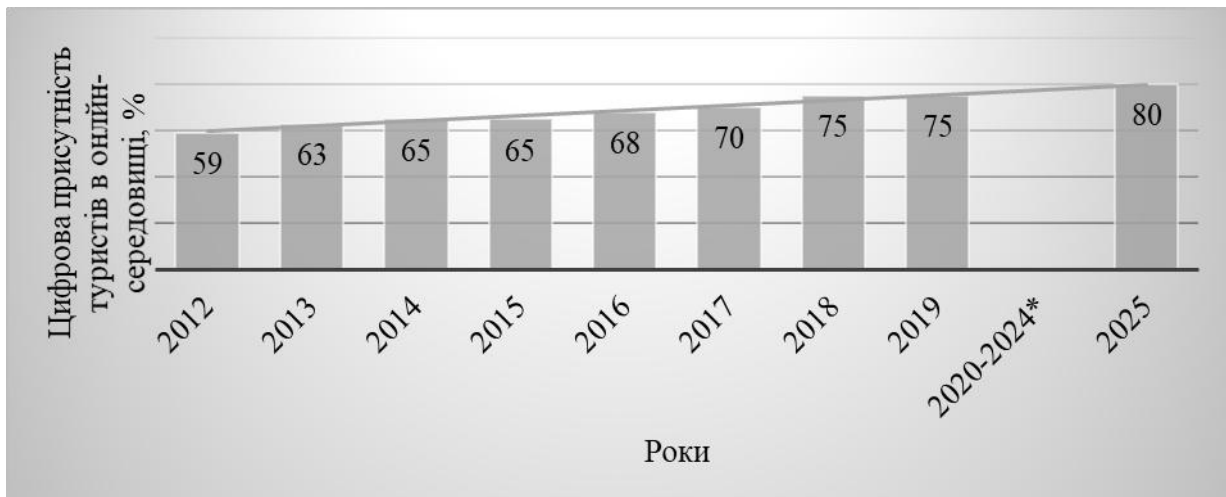


Рис. 1. Цифрова присутність туристів в онлайн-середовищі в Україні
(побудовано авторами за даними [6, 7])

**Дані відсутні. На початок 2025 року показник перевищив 80 %*

Результатом аналізу праць [2, с. 40; 6, с. 6] є висновок про наявність взаємозв'язку між показниками присутності туристів в онлайн-середовищі та використанням цифрових і фінансових технологій (далі ЦФТ) в екосистемі подорожей. Так, як свідчать дані рис. 1, зростання показника цифрової присутності туристів в онлайн-середовищі більш ніж на 20 п.п. протягом 2012-2025 рр. обумовлюється більш активним використанням ЦФТ споживачами туристичних продуктів. Це обумовлено дією таких чинників: (1) мета (мріяння, пошук); (2) планування; (3) бронювання (підготовка); (4) досвід (сама подорож); (5) обмін інформацією. Слід зазначити, що ЦФТ використовуються в основному на етапах бронювання і безпосереднього здійснення подорожей. Класифікацію та приклади основних цифрових і фінансових технологій, які використовуються на сучасному етапі у галузі туризму, наведено на рис. 2.

Мобільні платіжні системи	• <i>Apple Pay, Google Wallet, Samsung Pay</i>
Блокчейн та криптовалюти	• <i>Bitcoin i Ethereum</i>
Платформи для онлайн-бронювання	• <i>Booking.com, Expedia, Google Trips</i>
Інструменти для управління фінансами	• <i>Money Lover, Money Manager</i>
Системи лояльності та програми винагород	• <i>AAdvantage від American Airlines, бонусна програма від Misto.travel</i>
Краудфандинг та платформи для мікрокредитування	• <i>Kickstarter i GoFundMe</i>
Системи динамічного ціноутворення	• <i>PriceControl</i>
Аналіз даних та штучний інтелект	• <i>Hadoop, Spark</i>

Рис. 2. Класифікація та приклади ЦФТ, що використовуються у галузі туризму (побудовано авторами за даними [9])

Використання ЦФТ при бронюванні та безпосередньому здійсненні подорожей туристами забезпечують [10]: (1) швидкі та зручні транзакції; (2) мультивалютні рішення; (3) зниження транзакційних витрат; (4) можливість використовувати віртуальні та динамічні картки.

Туристичні компанії також отримують суттєві переваги від використання ЦФТ в своїй діяльності, основними з яких є зростання продажів та підвищення рентабельності господарської діяльності в галузі туризму. Так, динаміку обсягів реалізації послуг українських туристичних компаній наведено на рис. 3. Дані рис. 3 ілюструють сильний негативний вплив на обсяги реалізації послуг вітчизняних туристичних компаній початку воєнних дій в Україні в 2014 році, наслідків пандемії COVID-19 та, особливо, початку повномасштабного вторгнення російської федерації у 2022 році.

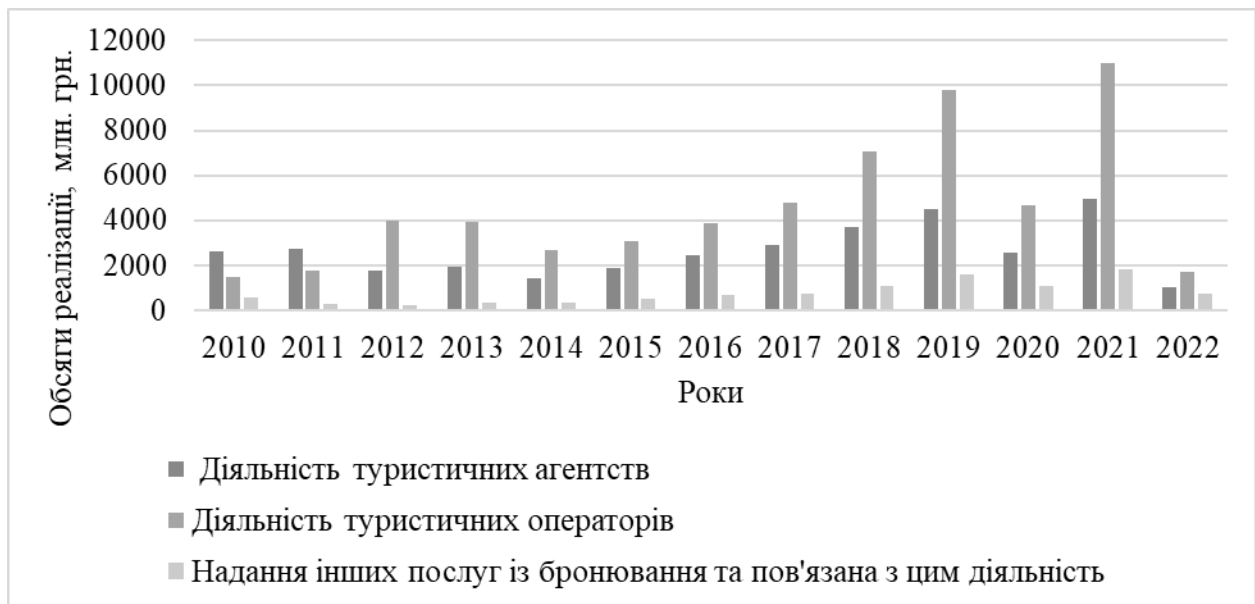


Рис. 3. Обсяги реалізації послуг українськими туристичними компаніями (побудовано авторами за даними [2])

У 2021 році та на початку 2022 року туристична галузь України демонструвала потенціал до відновлення [2]. Зокрема, після падіння на 43,4 % в 2020 році порівняно з 2019 роком обсягів реалізації послуг туристичними агентствами, у 2021 році рівень цього показника склав 4 951,5 млн. грн., що на 93,1 % більше, ніж у 2020 році та на 9,3 % більше порівняно з 2019 роком. У 2022 році рівень цього показника склав лише 22,4 % від рівня 2019 р. Обсяги реалізації послуг туристичних операторів у 2020 році скоротились на 52,2 % порівняно з 2019 роком, однак у 2021 році зросли на 135,5 % порівняно з 2020 роком та на 12,5 % порівняно з 2019 р., що склало 10 990,8 млн. грн. У 2022 році обсяги реалізації послуг вітчизняних туристичних операторів зросли до 1 725,4 млн. грн. або 17,7 % від рівня 2019 р. В цілому, обсяги реалізації послуг туристичних компаній через карантинні обмеження скоротились у 2020 р. на 47,8 % порівняно з 2019 роком; у 2021 році зросли на 114,1 % порівняно з попереднім та на 11,8 % порівняно з 2019 роком. Однак, через початок повномасштабних воєнних дій у 2022 році обсяги реалізації послуг туристичних компаній скоротились на 78,0 % порівняно з 2019 роком.

Таким чином, до початку 2022 року основною тенденцією в галузі туризму було зростання обсягів реалізації послуг туристичними компаніями України (рис. 3), що відбувалось на тлі підвищення показника цифрової присутності туристів в онлайн-середовищі (рис. 1). Суттєвість позитивного впливу цифрових технологій, зокрема фінансових, на зростання показників діяльності українських туристичних компаній було проілюстровано також у дослідженні [6], що дозволило зробити висновок про позитивний вплив цифровізації на такі показники, як: кількість ліжко-днів у колективних засобах розміщення; витрати відвідувачів; внесок туристичної галузі у ВВП України; чисельність населення, зайнятого у туризмі. Зростання зазначених показників відбувалося за рахунок [11]:

- цифрової фінансової інклюзії, оскільки налаштування у смартфоні швидкого доступу до фінансових сервісів стимулює попит на туристичні послуги та, відповідно, підвищує обсяги їх продажів;
- динамічного ціноутворення (мікросервісна архітектура для real-time pricing показала зростання доходності туристичних продуктів на 22 %);
- покращення користувацького досвіду за рахунок зручності, швидкості та безпеки платежів, що забезпечує вищий відсоток повторних покупок, порівняно з традиційними готівковими транзакціями.

Аналіз показав, що цифровізація також сприяє підвищенню рентабельності операційної діяльності (рис. 4) та загальної рентабельності (рис. 5) туристичних компаній за рахунок скорочення витрат; підвищення лояльності клієнтів та оптимізації операційної діяльності.

Операційна рентабельність більшості туристичних компаній (готелів, ресторанів, турагенств і туроператорів) була від'ємною (до – 20 %) у 2010-2017 роках і лише в окремі роки – позитивною (рис. 4). У 2018-2019 рр. рентабельність операційної діяльності залишалася низькою, а в 2020 та 2022 роках була від'ємною через вплив таких чинників: значне падіння доходів у періоди значних потрясінь; відсутність передбачуваності в попиті, що

ускладнює планування закупок та витрат; зношеність транспортної інфраструктури та готельної мережі.

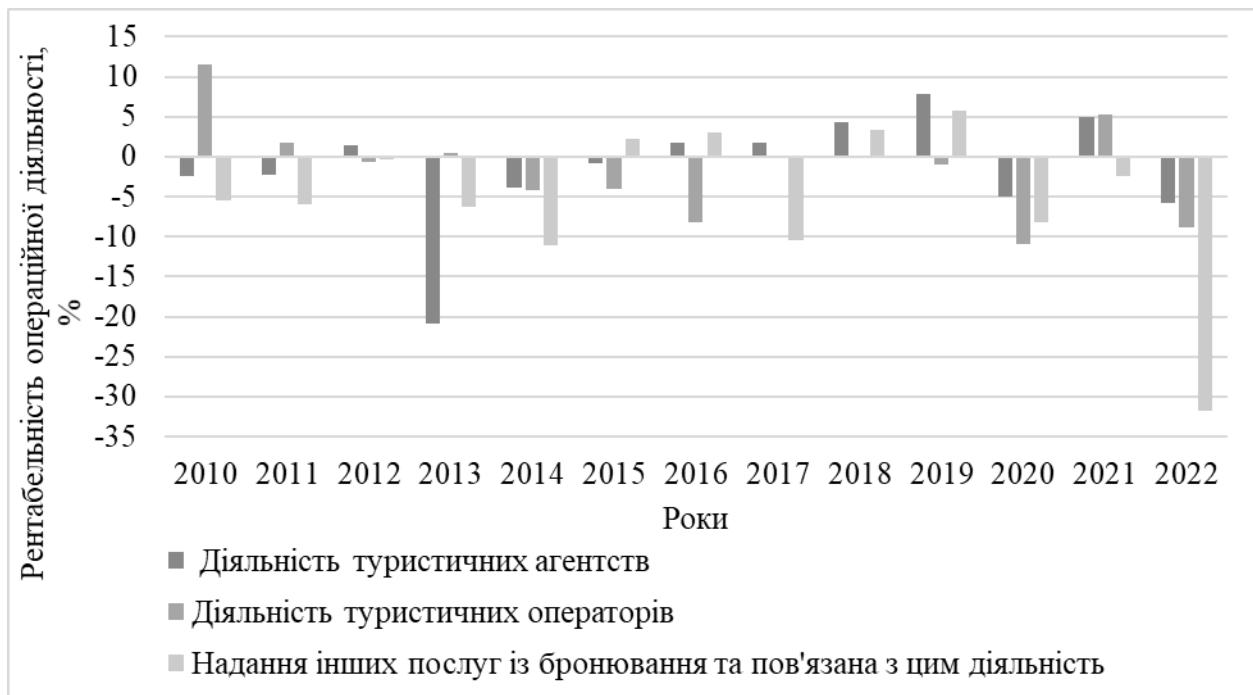


Рис. 4. Рентабельність операційної діяльності українських туристичних компаній у 2010-2022 рр. (побудовано авторами за даними [2])

Як свідчать дані рис. 5, внаслідок отриманих збитків за показником фінансового результату після оподаткування українських туристичних компаній, мали місце негативні значення показників загальної рентабельності їх діяльності протягом 2010-2022 рр. за винятком окремих років. Сильний негативний вплив на фінансові результати, зокрема туристичних компаній, спричинили глобальні потрясіння та військові дії в Україні, які супроводжувались: (1) курсовими ризиками та підвищенням рівня інфляції; (2) корупцією та перебуванням значної частини української економіки «в тіні»; (3) невідповідністю державної стратегії розвитку туризму в Україні сучасним викликам; (4) значною конкуренцією при низькій капіталізації компаній.



Рис. 5. Динаміка показників загальної рентабельності українських туристичних компанії у 2010-2022 рр. (побудовано авторами за даними [2])

На даний час неможливо дати остаточну оцінку нищівного впливу повномасштабних воєнних дій в Україні на туристичну галузь. Відомо, що станом на початок 2025 року руйнування культурної спадщини, спортивних та туристичних об'єктів в Україні в результаті повномасштабних воєнних дій оцінюються у розмірі 4 млрд. дол. США. Постраждали 3921 об'єкти культури, 399 релігійних споруд та 343 спортивні комплекси [3].

В цілому, турбулентність зовнішнього середовища є суттєвою перешкодою для розвитку туристичної галузі в Україні та, відповідно, для отримання українськими туристичними компаніями позитивних фінансових результатів своєї діяльності. Водночас, туризм в Україні має потенціал для відновлення та подальшого розвитку, реалізація якого значною мірою залежить, зокрема, від ефективності застосування туристичними компаніями у своїй діяльності сучасних цифрових та фінансових технологій (рис. 6).

1. Оптимізація витрат та бюджетування	• Динамічне ціноутворення (<i>PriceControl</i>) • Автоматизовані фінансові рішення (Finmap, Monobank) • Контроль курсових ризиків (Revolut, Wise)
2. Підвищення лояльності клієнтів	• Мобільні додатки з кешбеком і push-повідомленнями • Нагороди та ігрові елементи • Програми лояльності та BNPL
3. Поліпшення користувацького досвіду та фінансових процесів	• Швидкі платежі (Tap-to-phone, Apple Pay, Google Pay) • Open Banking та PSD2 • Діджитал-ідентифікація (Diia, NBU remote ID)
4. Нові фінансові моделі та джерела доходів	• Embedded Finance • P2P-кроскордонні платежі • Крипто- та стейблкоїн-фінанси

Рис. 6. Напрями підвищення ефективності діяльності вітчизняних туристичних компаній на основі застосування FinTech (узагальнено авторами за даними [4-11])

Так, запровадження динамічного ціноутворення в залежності від пошуку та наявності туристичних продуктів сприяє збільшенню обороту. Мобільний додаток з push-реєстрацією, кешбеком і самобронюванням турів, екскурсій, подорожей значно підвищує лояльність клієнтів та імовірність повторних продажів. Підвищення ефективності контролю операційних і маркетингових витрат, прозорості фінансів можуть бути забезпечені на основі автоматизації бюджетування (Finmap та Monobank). Крім того, додаток Monobank є чудовим прикладом застосування анімованих нагород, які стимулюють лояльність і покращують взаємодію з клієнтами. Актуальними в сучасних надзвичайно складних умовах соціально-політичної

та фінансово-економічної нестабільності є також питання контролю курсових різниць, страхування та кредитування подорожей, які можуть бути вирішені та оптимізовані за допомогою мультивалютних платформ, що дозволяють проводити платежі в доларах (євро) за кращим курсом, зменшуючи комісії; інтегрувати платежі та фінансові інструменти (страхування, мікрокредити) безпосередньо на туристичних платформах.

В цілому, рівень розвитку сучасних ЦФТ забезпечує можливість для туристичних компаній оптимізувати витрати, підвищити обсяги реалізації послуг та, як результат, підвищити ефективність своєї діяльності.

Висновки. Роль туристичної галузі в економічній системі України підтверджується її внеском у валютні надходження, зайнятість населення та культурну інтеграцію нашої країни у світовий простір. Пандемія COVID-19 та повномасштабна війна завдали серйозного удару по галузі – готелі, туристичні та транспортні компанії зіштовхнулись із втратами, руйнуваннями інфраструктури, масовою еміграцією населення. Зазначені виклики мали сильний негативний вплив на обсяги реалізації послуг вітчизняними туристичними компаніями, операційна та загальна рентабельність яких протягом 2010-2022 рр. демонстрували низькі або від’ємні рівні.

Необхідність адаптації та відновлення туристичного бізнесу в умовах глобальних потрясінь та невизначеності, а також світові тенденції розвитку цифрових технологій призвели до того, що українські туристичні компанії почали активно використовувати у своїй діяльності цифрові та FinTech-рішення. Позитивна динаміка Digital Travel Footprint протягом 2012-2025 років засвідчила збільшення активності туристів в онлайн-середовищі та підтвердила висновок про доцільність подальшого впровадження FinTech у діяльність українських туристичних компаній. Отже, розглянуте свідчить, що застосування сучасних цифрових технологій дозволяє: оптимізувати витрати та удосконалити процес ціноутворення; підвищити лояльність клієнтів, в т.ч. іноземних; забезпечити завдяки використанню цифрових платформ

інтеграцію даних, звітності та аналітики; використовувати інноваційні фінансові моделі. Саме використання цифрових і фінансових технологій може стати одним із основних факторів підвищення ефективності діяльності українських туристичних компаній як на національному, так і на міжнародному ринку та подальшого відновлення української туристичної галузі в цілому.

Література

1. Tomej K., Bilynets I. Large-scale tourism transformations through regeneration: A living systems perspective on tourism developments in Ukraine during the war. *Annals of Tourism Research*. 2024. Vol. 109, No 103856. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738324001336> (Accessed 7 July 2025).
2. Туристичний барометр України / Національна система туристичної статистики. К.: НТО. URL: https://nto.ua/nsts_analytics_ua.html (дата звернення 7 липня 2025).
3. Антонюк Т. Прямі збитки України через війну сягнули \$170 млрд. Оцінка KSE Institute. *Forbes Ukraine*, 2025. URL: <https://forbes.ua/news/pryami-zbitki-ukraini-cherez-viynu-syagnuli-170-mlrd-otsinka-kse-institute-14022025-27193#:~:text=Промисловість%2С%20будівництво%20та%20сектор%20послуг,базових%20станцій%20мобільного%20зв%27язку> (дата звернення 19 липня 2025).
4. Павлюк С.І. Стан розвитку галузі туризму в умовах війни та перспективи відновлення. *Економіка та суспільство*, 2025. № 72. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5811/5750> (дата звернення 11 липня 2025).
5. Travel & Tourism FinTech: Simplifying Travel Financials. *TechBullion*. 2024. URL: <https://techbullion.com/travel-tourism-fintech-simplifying-travel-financials/> (Accessed 7 July 2025).

6. Driving the Tourism Recovery in Ukraine. TOURISM ECONOMICS an Oxford economics company. 41 p. URL: https://s3.amazonaws.com/tourism-economics/craft/Google_Ukraine_Final.pdf (Accessed 16 July 2025).

7. Digitalization: Implementation in the tourism business of Ukraine / Boiko M. and others. Problems and Perspectives in Management. 2022. Vol. 20. No 4. P. 24-41. URL: <https://pollux-fid.de/r/cr-10.21511/ppm.20%284%29.2022.03> (Accessed 11 July 2025).

8. Розвиток туризму в умовах цифровізації економіки [Електронний ресурс] : монографія / О. А. Сущенко та ін. ; за заг. ред. д-ра екон. наук, професора О. А. Сущенко. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2023. 201 с.

9. Байрачна О. К., Крупіца І. В. Використання штучного інтелекту та big data в управління туристичними напрямками. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2024. Том 9. № 3. С. 252-255. URL: http://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2024/10/ujae_2024_r03_a44.pdf (дата звернення 16 липня 2025).

10. Rana R.L., Adamashvili N., Tricase C. The Impact of Blockchain Technology Adoption on Tourism Industry: A Systematic Literature Review. Sustainability. 2022. No 14(12), 7383. URL: <https://doi.org/10.3390/su14127383> (Accessed 11 July 2025).

11. Barua B., Kaiser M. S. Leveraging Microservices Architecture for Dynamic Pricing in the Travel Industry: Algorithms, Scalability, and Impact on Revenue and Customer Satisfaction. arXiv, 2024. URL: https://arxiv.org/abs/2411.01636?utm_source=chatgpt.com (Accessed 19 July 2025).

References

1. Tomej, K. and Bilynets, I. (2024), “Large-scale tourism transformations through regeneration: A living systems perspective on tourism developments in Ukraine during the war”, Annals of Tourism Research, [Online], vol. 109, No 103856, available at:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738324001336> (Accessed 7 July 2025).

2. The official site of National Tourism Organization of Ukraine (2025), “Analytical review of tourism in Ukraine”, [Online], available at: https://nto.ua/nsts_analytics_ua.html (Accessed 7 July 2025).

3. Antoniuk, T. (2025), “Ukraine's direct losses due to the war reached \$170 billion. KSE Institute estimate”, Forbes Ukraine, [Online], available at: <https://forbes.ua/news/pryami-zbitki-ukraini-cherez-viynu-syagnuli-170-mlrd-otsinka-kse-institute-14022025-27193#:~:text=Промисловість%2C%20будівництво%20та%20сектор%20послуг,базових%20станцій%20мобільного%20зв'язку> (Accessed 9 July 2025).

4. Pavliuk, S.I. (2025), “The state of development of the tourism industry in wartime and the prospects for recovery”, *Ekonomika ta suspil'stvo*, [Online], available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5811/5750> (Accessed 11 July 2025).

5. TechBullion (2024), “Travel & Tourism FinTech: Simplifying Travel Financials”, [Online], available at: <https://techbullion.com/travel-tourism-fintech-simplifying-travel-financials/> (Accessed 7 July 2025).

6. The official site of TOURISM ECONOMICS an Oxford economics company (2021), “Driving the Tourism Recovery in Ukraine”, [Online], available at: https://s3.amazonaws.com/tourism-economics/craft/Google_Ukraine_Final.pdf (Accessed 16 July 2025).

7. Boiko, M. Bosovska, M. Vedmid, N. Melnychenko, S. Stopchenko, Ye. and others (2022), “Digitalization: Implementation in the tourism business of Ukraine”, *Problems and Perspectives in Management*, [Online], vol. 20, No 4, pp. 24-41., available at: <https://pollux-fid.de/r/cr-10.21511/ppm.20%284%29.2022.03> (Accessed 11 July 2025).

8. Suschenko, O.A. (2023), Rozvytok turyzmu v umovakh tsyfrovizatsii ekonomiky [Tourism development in the context of digitalization of the economy], KhNEU im. S. Kuznetsia, Kharkiv, Ukraine.

9. Bairachna, O. and Krupitsa, I. B. (2024), "Use of artificial intelligence and big data in tourism destination management", Ukrains'kyj zhurnal prykladnoi ekonomiky ta tekhniky, [Online], Vol. 9. No 3, pp. 252-255, available at: http://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2024/10/ujae_2024_r03_a44.pdf (Accessed 16 July 2025).

10. Rana, R.L. Adamashvili, N. and Tricase C. (2022), "The Impact of Blockchain Technology Adoption on Tourism Industry: A Systematic Literature Review", Sustainability, [Online], vol. 14(12), 7383, available at: <https://doi.org/10.3390/su14127383> (Accessed 11 July 2025).

11. Barua, B. and Kaiser, M. S. (2024), "Leveraging Microservices Architecture for Dynamic Pricing in the Travel Industry: Algorithms, Scalability, and Impact on Revenue and Customer Satisfaction", arXiv, [Online], available at: https://arxiv.org/abs/2411.01636?utm_source=chatgpt.com (Accessed 19 July 2025).

Стаття надійшла до редакції 20.08.2025 р.