

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет управління, адміністрування та туризму
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
бакалавра
Рівень вищої освіти

Використання інформаційних технологій в діяльності підприємств туристичної
індустрії за матеріалами ФОП «Сікула Н.М.» ТА «Еврика Тур»

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Освітня програма «Туризм»

Шифр 19044

Виконав: студент 4 курсу
група ТУР-19-1

О. ОЛІЙНИК

Ініціали, прізвище

Керівник:
к.ек.наук, доцентка

Л. ГРИЗОВСЬКА

Ініціали, прізвище

Нормоконтролер

До захисту допускаю:
Зав. кафедри туризму
та готельно-ресторанної
справи
доктор економ наук, проф.

І. ЖУРБА

Ініціали, прізвище

_____ 2023 р.

Хмельницький, 2023

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет управління, адміністрування та туризму
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи
Рівень вищої освіти бакалавр
Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»
Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»
Освітня програма Туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ

зав. кафедри туризму та готельно-ресторанної справи

І. Журба

_____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Олійник Олег Віталійович

Прізвище, ім'я, по батькові студента

1 Тема роботи Використання інформаційних технологій в діяльності підприємств туристичної індустрії за матеріалами ФОП «Сікула Н.М.» ТА «Еврика Тур», м. Волочиськ

керівник роботи Лілія Гризовська

затверджена Наказом по університету від «1» березня 2023 р. № 5.

2 Строк подання студентом роботи на кафедру _____ 2023 р.

3 Вихідні дані до роботи: посібники, періодичні видання, звітність підприємства, Інтернет джерела

4 Зміст пояснювальної записки (перелік питань, що їх належить розробити)

У першому розділі розглянуто теоретичні основи застосування сучасних інформаційних технологій в туристичній діяльності. У другому розділі проаналізовано особливості використання інформаційних технологій в діяльності туристичного підприємства «Еврика Тур»: аналіз ефективності та оцінка впливу ІТ. У третьому розділі досліджено шляхи вдосконалення і перспективи використання інформаційних технологій в ТА «Еврика Тур»

5 Перелік графічного матеріалу: структура інформаційних технологій, основні сфери застосування інформаційних технологій, глобальні розподільчі системи, програмні продукти для автоматизації роботи, туристичні Інтернет-портали, SWOT-аналіз «Еврика Тур», види інформаційних ризиків, напрями застосування інтернет-технологій туристичним підприємством, пропозиції щодо удосконалення розвитку послуг туристичного підприємства на внутрішньому ринку (на прикладі ТА «Еврика Тур»)

6 Дата видачі завдання _____ 2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Назва етапу виконання КР	Термін виконання етапу роботи	Примітка
1. Вибір теми і складання бібліографії	22.05.2023	
2. Вивчення стану проблеми за темою «Використання інформаційних технологій в діяльності підприємств туристичної індустрії за матеріалами ФОП «Сікула Н.М.» ТА «Еврика Тур», м. Волочиськ», висвітлення її в науковій літературі, нормативних документах, мережі Інтернет	24.05.2023	
3. Збір фактичного матеріалу	26.05.2023	
4. Уточнення мети, завдань і обґрунтування концепції роботи	28.05.2023	
5. Вибір методів аналізу матеріалів. Попереднє формулювання гіпотез, припущень тощо	28.05.2023	
6. Обробка зібраного матеріалу	01.06.2023	
7. Виявлення тенденцій, схем розвитку проблемної ситуації, прогнозування та формулювання підходів до розв'язання проблеми	05.06.2023	
8. Підготовка тексту Основної частини роботи. Формулювання висновків за розділами	10.06.2023	
9. Підготовка тексту виступу та загальних висновків, проходження попереднього захисту	15.06.2023	
10. Здача роботи на кафедрі	20.06.2023	

Студент-дипломник _____

Підпис

О. Олійник

Прізвище, ініціали

Керівник роботи _____

Підпис

Л. Гризовська

Прізвище, ініціали

АНОТАЦІЯ

на кваліфікаційну роботу Олійник Олег Віталійович

Тема роботи: Використання інформаційних технологій в діяльності підприємств туристичної індустрії за матеріалами ФОП «Сікула Н.М.» ТА «Еврика Тур», м. Волочиськ

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Науковий керівник к.е.н., доцент Л. Гризовська

м. Хмельницький, 2023 р.

Кваліфікаційна робота виконана на 44 с., містить 6 таблиць, 11 рисунків, з перелік джерел посилань складається із 29 найменування.

Актуальність роботи. Підприємства туристичного бізнесу, які займаються сферою послуг, стикаються у своїй діяльності з багатьма проблемами, які неможливо вирішити без допомоги автоматизованих інформаційних технологій. Розробка теоретико - методичних засад, визначення основних проблем функціонування та перспектив використання інформаційних технологій є основою для покращення діяльності туристичного підприємства.

Перший розділ роботи присвячений визначенню сутності, поняття та основних напрямків використання інформаційних технологій в туристичній індустрії; характеристика основних програмних продуктів автоматизації роботи туристичного підприємства; використання сучасних інформаційних технологій в забезпеченні діяльності туристичного бізнесу.

У другому розділі проаналізовано організаційну діяльність туристичної агенції «Еврика Тур»; аналіз ефективності інформаційної системи досліджуваного підприємства; здійснено оцінку впливу інформаційних технологій на діяльність туристичного підприємства.

У третьому розділі досліджено проблеми та перспективні напрямки оптимізації діяльності туристичного підприємства з використанням сучасних інформаційних технологій, запропоновано напрями подальшого розвитку і вдосконалення інформаційних технологій туристичного підприємства «Еврика Тур», які дозволять покращити діяльність фірми і фінансові показники.

Ключові слова: туризм, інформаційні технології, програмні продукти, туристична діяльність, перспективи.

SUMMARY

for qualifying work Oleh Oliinyk

The topic of the work: The use of information technologies in the activities of enterprises of the tourism industry according to the materials of the FOP "N.M. Sikula" TA «Evryka Tour », m. Volochys'k

Specialty 242 "Tourism and recreation"

Department of Tourism and Hotel-Restaurant Business

Scientific supervisor, candidate of economic sciences, associate professor

L. Hryzovska

Khmelnysky, 2023

The qualification work was completed on 44 pages, contains 6 tables, 11 figures, the list of reference sources consists of 29 names.

Relevance of work. Tourist business enterprises engaged in the field of services face many problems in their activities that cannot be solved without the help of automated information technologies. The development of theoretical and methodological principles, determination of the main problems of functioning and prospects for the use of information technologies is the basis for improving the activity of a tourist enterprise.

The first section of the work is devoted to defining the essence, concept and main directions of the use of information technologies in the tourism industry; characteristics of the main software products for automating the work of a tourist enterprise; the use of modern information technologies in the provision of tourism business activities.

The second chapter analyzes the organizational activity of the travel agency "Evryka Tour"; analysis of the efficiency of the information system of the enterprise under study; an assessment of the impact of information technologies on the activities of the tourist enterprise was carried out.

In the third section, the problems and prospective directions of optimization of the activity of the tourist enterprise using modern information technologies are investigated, the directions of further development and improvement of information technologies of the tourist enterprise "Evryka Tour" are proposed, which will improve the company's activities and financial indicators.

Key words: tourism, information technologies, software products, tourist activity, prospects.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1 Теоретичні основи застосування сучасних інформаційних технологій в туристичній діяльності.....	10
1.1 Сутність, поняття та основні напрямки використання інформаційних технологій в туристичній індустрії.....	10
1.2 Основні програмні продукти автоматизації роботи туристичного підприємства.....	14
1.3 Використання сучасних інформаційних технологій в забезпеченні діяльності туристичного бізнесу.....	17
РОЗДІЛ 2 Дослідження особливостей використання інформаційних технологій в діяльності туристичного підприємства «Еврика Тур».....	23
2.1 Загальна характеристика діяльності підприємства «Еврика Тур».....	23
2.2 Аналіз ефективності інформаційної системи досліджуваного підприємства.....	26
2.3 Оцінка впливу інформаційних технологій на діяльність туристичного підприємства.....	29
РОЗДІЛ 3 Шляхи вдосконалення і перспективи використання інформаційних технологій в туристичній індустрії.....	33
3.1 Основні проблеми та перспективні напрямки оптимізації діяльності туристичного підприємства з використанням сучасних інформаційних технологій	33
3.2 Розробка напрямів подальшого розвитку і вдосконалення інформаційних технологій туристичного підприємства «Еврика Тур».....	35
ВИСНОВКИ.....	39
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	42

ВСТУП

В умовах глобалізації істотно посилюється роль інформаційних технологій як важливого інструменту підвищення ефективності управління підприємством. Деталі створення та реалізації туристичних послуг (велика кількість учасників та їх значна географічна розрізненість, розгалужена система зв'язків між суб'єктами туристичного ринку, регіональна диференціація туристичних продуктів, віддаленість місць надання туристичних послуг) визначають необхідність вдосконалення забезпечення сучасними інформаційними технологіями системи управління.

Підприємства туристичного бізнесу, які займаються сферою послуг, стикаються у своїй діяльності з багатьма проблемами, які неможливо вирішити без допомоги автоматизованих інформаційних технологій.

У сучасних умовах якісне ведення туристичного бізнесу не можливе без впровадження й застосування новітніх інформаційних технологій, які забезпечують:

- покращення якості послуг;
- передачу великого обсягу інформації;
- можливість враховуючи потреби кожного індивідуального клієнта - інтеграцію і зв'язок;
- збільшення швидкості обслуговування та ефективність діяльності;
- ефективний зворотній зв'язок.

Дослідженню щодо використання новітніх інформаційних технологій у діяльності підприємств туристичної індустрії і туризмі в цілому присвячено праці вітчизняних та закордонних вчених, зокрема: С. Арімов, В. Балута, П. Бурцев, О. Губанова, В. Гуляєв, М. Грабар, А. Демаш, М. Єфремова, І. Зорін, І. Калашников, В. Квартальнов, Д. Купінський, В. Матвєєв, С. Мельниченко, Ю. Миронов, М. Морозов, Н. Морозова, С. Парій, Н. Плотнікова, М. Окороков, Г.

Омельяненко, М. Опалько, Т. Примак, М. Робсон, О. Скібіцький, Л. Скібіцька М. Скопень, О. Тоффлер, Ф. Уллах, М. Хайдеггер, А. Шлевков, С. Чупров та інші. Проте проведені дослідження частково виявляють вплив інформаційних технологій на розвиток туристичного бізнесу.

Об'єктом дослідження є використання інформаційних технологій ТА «Еврика Тур».

Предмет дослідження є теоретико-методологічні, науково-методичні та практичні аспекти застосування інформаційних технологій в туристичній діяльності.

Метою написання кваліфікаційної роботи є розробка теоретико - методичних засад, визначення основних проблем функціонування та перспектив використання інформаційних технологій на туристичному підприємстві «Еврика Тур».

Під час написання кваліфікаційної роботи необхідно виконані такі завдання:

- розглянути сутність та основні напрями застосування інформаційних технологій на підприємстві;
- ознайомитися з основними програмними продуктами автоматизації роботи туристичного підприємства;
- проаналізувати вплив сучасних інформаційних технологій на розвиток туризму;
- охарактеризувати впровадження інформаційних технологій у туристичній компанії «Еврика Тур»;
- надати характеристику організаційно-економічної діяльності підприємства «Еврика Тур»;
- розробити напрями подальшого розвитку і вдосконалення інформаційних технологій туристичного підприємства;
- запропонувати пропозиції щодо підвищення ефективності діяльності підприємства ТА «Еврика Тур».

Методи дослідження: спостереження, опис, економіко-статистичний метод (порівняння, абсолютні і відносні величини, балансовий метод), а також аналіз і синтез.

Практичне значення одержаних результатів складається з розробки шляхів подальшого розвитку і вдосконалення інформаційних технологій, які можуть бути застосовані в практичній діяльності підприємства «Еврика Тур» або на інших туристичних підприємствах.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (29 найменувань). Робота містить 6 таблиць та 11 рисунків. Загальний обсяг роботи становить 44 сторінка. Основний зміст викладено на 38 сторінках.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1 Сутність, поняття та основні напрямки використання інформаційних технологій в туристичній індустрії

Туризм – це галузь економічної діяльності, яка забезпечує одну десяту валового світового продукту та швидко розвивається та може стати одним із найважливіших секторів ділової активності в найближчі роки [11]. А також туризм, це – інформаційно-насичена послуга. Тому це поле можна вважати зростаючою сферою застосування інформації технології.

Інформаційні технології (ІТ) — це організаційна система для вирішення завдань управління комплексних методів і засобів реалізації, збір, реєстрація, передача, накопичення, запит, обробка та захист інформації на основі використання розробленого програмного забезпечення, наявність і використання засобів обчислювальної техніки та зв'язку, а також і спосіб, у який інформація надається одержувачам [15].

Відмінною рисою будь-якої інформаційної технології буде:

- комп'ютеризована обробка інформації за обраними алгоритмами;
- зберігання великої кількості інформації на різних носіях;
- передавання та обмін інформацією на будь-яку відстань протягом обмеженого часу, зберігаючи всі свої властивості.

Застосування інформаційних технологій у сфері туризму в основному зосереджено в туристичних компаніях, страхових і транспортних компаніях, туристичних бюро, готелях, кафе і ресторанах, а також послугах, що надаються індивідуальним туристам і туристичним групам [8, с.97].

Аналізуючи інформаційні джерела, можна зафіксувати наступні основні

науково-технологічні напрямки досліджень туристичного попиту в сфері ІТ (рис. 1.1).

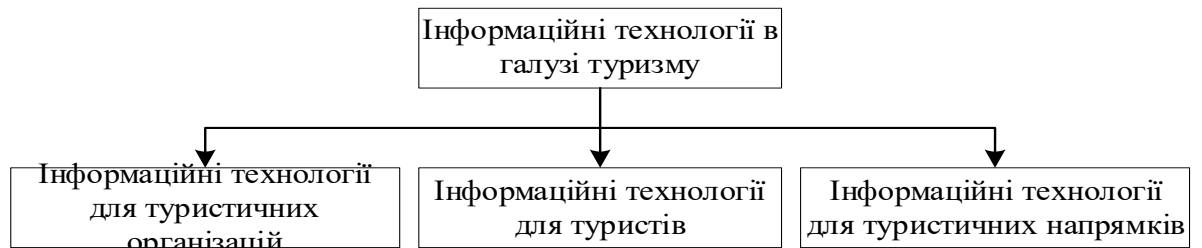


Рисунок 1.1 - Класифікація галузей досліджень туристичних інформаційних технологій за призначенням

За призначенням інформаційні технології в галузі туризму поділяються на такі категорії:

- інформаційні технології для туристичних організацій - це туристичні інформаційні технології, спрямовані на розвиток і підвищення конкурентоспроможності туристичних організацій шляхом підвищення рівня туристичних послуг, що ними надаються;

- інформаційні технології для туристів - технології, спрямовані на формування туристичних продуктів, що забезпечують інформаційну підтримку туристів на всіх етапах їхньої подорожі;

- інформаційні технології для туристичних напрямків - технології, що використовуються для створення туристичних продуктів, спрямованих на підвищення привабливості туристичних дестинацій з точки зору екології, рівня послуг розміщення та харчування, транспортних систем та інформаційного забезпечення туристів [3].

Використання автоматизованих інформаційних систем у туристичному секторі включає управлінські інформаційні системи, глобальні системи бронювання, системи онлайн-бронювання для туроператорів і турагентів, які в основному використовуються у виробничих процесах, а також використовуються для продажу, реклами, піару та інших операцій електронної комерції (рис. 1.2).

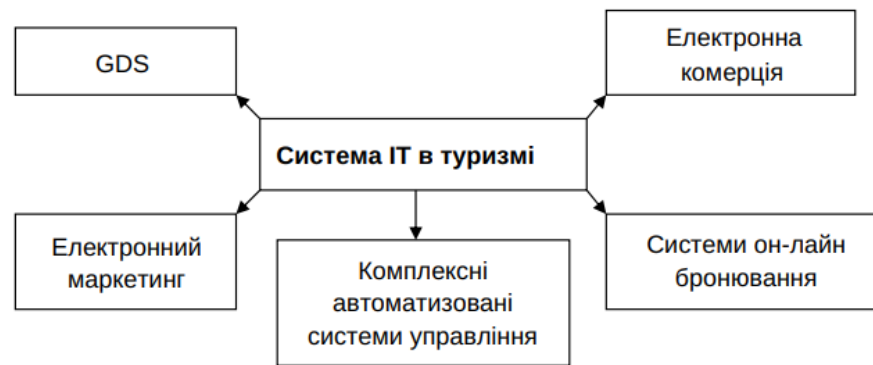


Рисунок 1.2 - Структура інформаційних технологій в туристичній галузі

Виходячи з цих напрямків, інформаційні технології опосередковують виробничі процеси, спрощують співпрацю між туроператорами, турагентами та окремими постачальниками туристичних послуг, а також впливають на глобальні дистрибуційні системи (GDS), автоматизовані системи управління туристичними підприємствами та спеціальні системи онлайн-бронювання [10].

Обробка великих обсягів інформації змушує готелі та ресторани шукати та використовувати спеціальні інформаційні продукти для спрощення роботи з клієнтами. Такі інформаційні продукти допоможуть збільшити кількість транзакцій за рахунок виявлення потенційних виробників і споживачів певних туристичних послуг. Аналіз великого обсягу інформації, що зберігається в базі даних, дозволить визначити найбільш вигідні послуги та продукти, відстежувати коливання цін, порівнювати витрати і вигоди та виявляти популярні галузеві тенденції.

Системи інформаційних технологій, що використовуються в туристичній галузі, включають комп'ютерні системи бронювання, системи телеконференцій, відеосистеми, комп'ютери, управлінські інформаційні системи, електронні інформаційні системи авіакомпаній, електронні грошові перекази, телефонні мережі та засоби мобільного зв'язку. Слід зазначити, що ця інформаційно-технологічна система впроваджується не окремими туристичними агентствами, готелями та авіакомпаніями, а всіма ними разом. Використання кожним сегментом туризму системи інформаційних технологій має значення для всіх інших частин.

Вплив інформаційних технологій на туризм відбувається на різних етапах створення та просування туристичних продуктів (рис.1.3).

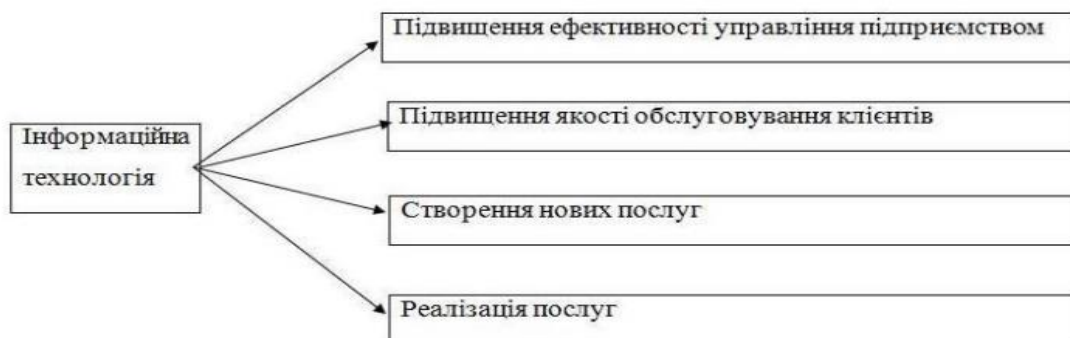


Рисунок 1.3 - Основні сфери застосування інформаційних технологій в туризмі

Позитивний вплив інформаційних технологій на туристичні потоки зумовив трансформування туристичної індустрії від обслуговування організованих туристів до міждисциплінарної діяльності, спрямованої на задоволення різноманітних потреб індивідуальних туристів.

Незважаючи на поширення інформаційних технологій, рівень використання інформаційних технологій вітчизняними підприємствами є низьким з наступних причин: - відставання у розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури; - відсутність туристичної бази даних в окремих регіонах країни, обмеженість інформації та реклами туристичних продуктів на ринку; - низький рівень розвитку віртуальних туристичних підприємств; - відсутня національна електронна система забезпечення туристичних операторів актуальною інформацією про попит, пропозицію, ціни і тарифи.

1.2 Основні програмні продукти автоматизації роботи туристичного підприємства

У практичній діяльності туристичних підприємств використовуються різні види інформаційних технологій, включаючи глобальні системи дистрибуції,

системи бронювання, електронні інформаційні системи, управлінські інформаційні системи, системи мобільного зв'язку та послуги глобальної комп'ютерної мережі Інтернет.

Використання сучасних інформаційних технологій підвищує безпеку та якість туристичних послуг. Наразі в туризмі використовується глобальна система розподілу (Global Distribution System), яка надає швидкі та зручні послуги з бронювання транспортних квитків, бронювання готелів, оренди автомобілів, обміну валюти та замовлення квитків на спортивні та культурні заходи.

Найбільшими глобальними системами дистрибуції на міжнародному туристичному ринкує AMADEUS, Worldspan, Galileo та Sabre (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Глобальні розподільчі системи

<i>Показники</i>	<i>Sabre</i>	<i>AMADEUS</i>	<i>Galileo</i>	<i>Worldspan</i>
Кількість працівників	9000	3654	Дані відсутні	3200
Розподіл	Більше 59000 турагентств	54405 турагентств у 198 країнах	Більше 52000 турагентств у 116 країнах	20210 турагентств у 60 країнах
Доходи	2,5 млрд. дол. США	1,6 млрд. євро	1,6 млрд. дол. США	Дані відсутні
Кількість бронювань	467,1 млн.	393,9 млн.	345,1 млн.	Дані відсутні
Постачальники	450 авіакомпаній, 53000 готелів, 54 компанії з прокату автомобілів	480 авіакомпаній, 54641 готелів, 47 компаній з прокату автомобілів	425 авіакомпаній, 60000 готелів, 23 компанії з прокату автомобілів, 430 туроператорів	533 авіакомпаній, 47000 готелів, 45 компаній з прокату автомобілів

Такі системи можуть бронювати всі основні компоненти туристичної інфраструктури, тобто фактично формує загальну інформаційну систему, яка забезпечує дистриб'юторську мережу для всієї туристичної індустрії.

Наразі у сфері послуг використовується велика кількість різноманітних прикладних програм від вітчизняних та міжнародних розробників.

Головною особливістю сучасних прикладних програм є те, що всі операції можуть виконуватися одночасно в рамках однієї системи і навіть на декількох комп'ютерах, якщо вони підключені до локальної мережі.

Існує два типи програмного забезпечення:

- "гнучке", де формати даних, форми документів, гарячі клавіші тощо можна змінювати без необхідності звертатися до розробника;

- з іншого боку, "жорстке" програмне забезпечення вимагає контакту з розробником для внесення змін [4].

Розглянемо деякі з найвідоміших програмних продуктів, що використовуються в туристичному секторі (табл.1.2).

Таблиця 1.2 - Програмні продукти для автоматизації роботи туристичних підприємств

№	Назва та опис програмного продукту
1	«ПАРУС-Підприємство» - це система для автоматизації облікових і адміністративних завдань, що виконуються на малих і середніх підприємствах. Базові модулі: «Парус-Ресторан» - автоматизована система для управління підприємствами громадського харчування; «Парус-Готель» – система для автоматизації бізнес-процесів обслуговування клієнтів в закладах розміщення, здійснює функції для автоматизації рецепції, бронювання, заселення, виселення та розрахунку вартості; «Парус-Туристичне агентство» - рішення, орієнтоване на автоматизацію бізнес-процесів для туристичних фірм і агентств ділового туризму.
2	«Само-Тур» - туристичне програмне забезпечення та рішення для автоматизації туристичних фірм, агентів і операторів. Програма має чотири головні режими роботи: введення інформаційних довідників, створення турів, обслуговування клієнтів і бухгалтерія. Базові модулі: САМО-ТурАгент (автоматизація туристичних агентів); САМО-Тур (автоматизація туристичного оператора); Online для ПК САМО-Тур призначений для туристичних операторів, що використовують САМО-Тур; САМО-Incoming (програмний комплекс від підготовки цін до безпосереднього продажу екскурсій і отримання статистичних звітів); Online для ПК САМО-Incoming - програмний модуль "ONLINE бронювання".
3	«Турбо-Тур» - цей програмний пакет орієнтований насамперед на туроператорські компанії, що спеціалізуються на внутрішньому, в'їзному та виїзному груповому або індивідуальному туризмі.
4	«Tur-Win» - можна використовувати на окремому комп'ютері або в локальній мережі. Як випливає з назви, комплекс працює в операційному середовищі Windows.
5	«АІСТ 2.5» - система ефективна при обробці великих обсягів інформації та прийнятт швидких рішеньв режимі реального часу.
6	«Туристський офіс» - комплексна автоматизація туристських фірм (як операторів, так і агентів) в офісі, а також об'єднання їх в єдиний інформаційний простір в Україні. Складається з трьох модулів: фінансовий, туристський, управлінський (керування документообігом та зовнішніми зв'язками).

7	« <i>TRAVEL OFFICE-2000</i> » – система забезпечує автоматизований документообіг для туристичних фірм, що відповідає вимогам чинного законодавства, податкових органів і сучасних туристичних технологій.
8	« <i>TRAVELNET-2000</i> » - система призначена фірмам, що мають видалені пункти продажів (у тому числі в інших містах), управляти і контролювати продажами туристських послуг в цих пунктах і по фірмі в цілому.
9	« <i>TOUR- OPERATOR-2000</i> » - система призначена для туроператорів виїзного туризму.
10	« <i>TRAVAL PARTNER-2000</i> » - система призначена для організації і аналізу маркетингової роботи туристської фірми з діловими партнерами.
11	« <i>Майстер Тур</i> » - складається з шести функціональних блоків: формування турів; роботи з партнерами; реалізації туристського продукту; фінансового; адміністративного; довідкового.
12	« <i>BEWOTEC</i> » - робота з базами даних, каталогами, довідниками, розкладами; бронювання будь-яких сегментів туристських послуг; створення уніфікованих форм вихідних документів; ведення бухгалтерії і статистики.
13	« <i>Continent – ANT</i> » - у розпорядженні компанії – власника програми (ANT Group) знаходиться деякий процесинговий центр, в якому зосереджена вся інформація по всіх турагентах і туроператорах, працюючих в даній системі.
14	« <i>BIT</i> » – це спеціальний програмний продукт для спеціалістів туристичної галузі. Базові модулі: – Titbit «Розрахунок цін» – формування прайс-каталогів різних типів і калькулювання туристичних пакетів; – Titbit «Ціни+рейси» – розрахунковий блок і блок для виконання функцій обліку задач, пов'язаних з контролем і управлінням завантаженням транспортних засобів; – Titbit back-office - блок, що використовують менеджери при підготовці до продажів, блок обліково-аналітичних функцій, що автоматизують процеси продажу туристичних продуктів і управління ними.
15	Інформаційно-пошукова система <i>ТУПИ</i> – являє собою автоматизацію діяльності туроператорів і передбачає реалізацію наступних функцій: розрахунок сезонних прайс-листів і спеціальних пропозицій, робота з сайтами, замовленнями, турагентами та організаторами, створення документів і звітів, взаєморозрахунки, управління маркетинговою та рекламною діяльністю компанії.

Кожен з цих програмних пакетів має свої переваги та недоліки і може бути впроваджений більшістю туристичних компаній.

Спеціалізованим програмним продуктом для автоматизації туристичних операцій є CRM-система - це система управління взаємовідносинами з клієнтами (Customer Relationship Management). Система покликана забезпечити більш ефективний та дієвий спосіб збору та обробки інформації про клієнтів.

Перевагами використання таких систем є: - підвищення рівня утримання клієнтів та їх лояльності до послуг, які пропонує компанія; - підвищення прибутковості роботи з клієнтами за рахунок збільшення кількості отриманих

замовлень і зниження витрат на залучення нових клієнтів; - зниження собівартості реалізованих послуг [15].

Незважаючи на існування цілої низки різноманітних інструментів для автоматизації процесів управління туристичними підприємствами, їх впровадження в діяльність українських підприємств не є активним. На це є декілька причин: - недостатня підготовка та кваліфікація менеджерів з інформаційних технологій і низький рівень інформаційної грамотності, небажання змінювати спосіб виконання роботи; - неврахування важливості та необхідності поширення інформації суб'єктів туристичної діяльності через мережу Інтернет; - помилки в роботі програми автоматизації процесів управління підприємствами, які можуть викликати недовіру з боку спочивачів, на ранніх етапах їх впровадження.

1.3 Використання сучасних інформаційних технологій в забезпеченні діяльності туристичного бізнесу

Ефективність та конкурентоспроможність управління туристичними підприємствами безпосередньо залежать від активного впровадження та використання різноманітних сучасних інформаційних технологій.

Глобальна комп'ютеризація впливає не тільки на наше життя в цілому, але й на те, як ми ведемо бізнес, в тому числі й туристичний. Вміння працювати з інформацією, збирати і обробляти та приймати рішення на її основі є фундаментальним для успіху будь-якого туристичного бізнесу.

Сьогодні не можливо уявити діяльність туристичних підприємств без інтернету. Мережа використовується практично у всіх бізнес-процесах туристичних підприємств і надає величезну кількість інформації, необхідної для роботи туристичних організацій, від пошуку і залучення клієнтів до формування

туристичного продукту (адреси розміщення, розклад авіарейсів, візові процедури).

В даний час використання інтернету в діяльності туристичних підприємств інтенсифікується. Залежно від рівня представленості в інтернеті, туристичні онлайн-ресурси можна розділити на наступні категорії (рис. 1.4).



Рисунок 1.4 - Види туристичних ресурсів в мережі Інтернет

Найважливішими з цих ресурсів є інтернет-портали. Туристичні портали-це великі веб-сайти, які надають туристичні послуги (наприклад, пошук турів, бронювання квитків, пошук готелів) і містять додаткову інформацію, таку як опис країн, списки агентств, відгуки клієнтів, які вже скористалися їхніми послугами, прогноз погоди, курси валют і різні довідники (табл.1.3).

Таблиця 1.3 - Туристичні Інтернет-портали

Сайт інтернет-порталу	Основна характеристика інтернет-порталу
http://www.all-tours.com.ua/	Інтернет-магазин туристичних послуг, де можна замовити тури, а також сервісну підтримку
http://www.gdetur.com/	Надає пошук, інформацію та бронювання турів, а також додаткову інформацію про туроператорів та турагентів в Україні
http://www.otpusk.com/	Якісна, зрозуміла система пошуку турів, інформація про країни, перелік туристичних підприємств в Україні, додаткові сервіси (бронювання авіаквитків)
http://www.tau.org.ua/	Українська туристична асоціація, метою якої є захист законних прав, задоволення професійних і соціальних інтересів та сприяння розвитку туризму в Україні
http://www.tourua.com/	Пошук турів за різними категоріями, сервісна підтримка, додаткова інформація про туроператорів та турагентів, постачальників туристичних послуг тощо.

	Особливістю порталу є наявність “Конструктора турів”
http://www.turistua.com/	Туристичний портал, що містить всю необхідну інформацію у сфері туризму: «Гарячі тури, путівки, квитки, готелі, додаткове спорядження, останні туристичні новини». Додаткові сервіси: бронювання та замовлення квитків, інформація про готелі, ресторани, країни, клімат і погоду, відгуки клієнтів
http://www.turne.com.ua/	Пошук та інформація про тури, новини про подорожі, описи країн та цінові пропозиції
http://www.turmir.com/	«Соціальна мережа» мандрівників
http://www.ukrtravel.net/	Туристична мережа - пошук турів, інформація про тури, новини туризму, рейтинги туристичних компаній та їх послуг
http://www.turbaza.com.ua/	Пошук турів, додаткова інформація про них, можливість отримання інформації від різних туристичних компаній країни про оновлення їх асортименту
http://www.ukrainetour.in.ua/	Інформація про послуги українських туроператорів, внутрішній та в'їзний туризм

Всі ці інтернет-портали характеризуються великою кількістю відвідувачів. Як наслідок, багато великих постачальників послуг розміщують на них свою рекламу. Загалом, кожен з цих порталів у туристичній галузі має свої переваги та недоліки. До переваг можна віднести наступні:

- можливість швидкого розміщення та пошуку інформації;
- можливість ефективно і не дорого розміщувати рекламу 24 години на добу;
- значна економія коштів може бути досягнута за рахунок використання електронної пошти для спілкування з партнерами;
- своєчасне отримання інформації про нові тури та акції.

До недоліків можна віднести:

- інформація копіюється з інших сайтів;
- дані систематично не оновлюються;
- обмежена кількість пропозицій;
- велике навантаження рекламою, банерами та спамом;
- деякі сайти не до кінця розроблені і тому не містять інформації в деяких розділах.

Сайти з «гарячими» путівками. Ці сайти пропонують кілька способів підбору турів. Перший – самостійний пошук, другий - заповнення форми запиту, яка потім надсилається до туристичної фірми, що співпрацює з цим сервером. У цьому випадку користувач отримує електронного листа від туристичної фірми з конкретною пропозицією на певний тур.

Web-сайти туристичних організацій та асоціацій містять загальну інформацію, корисну для спілкування в межах туристичної галузі або дестинації, але не на рівні окремих туристичних підприємств.

Web-сайти туристичних підприємств публікують профілі компаній та інформацію про послуги, які вони пропонують. Однак багато туристичних компаній надають лише загальну інформацію і не дозволяють клієнтам бронювати та продавати тури. Окрім надання інформації, бронювання та продажу турів, веб-сайти туристичних компаній також відповідають за формування іміджу, комунікацію з відвідувачами та різні дослідницькі можливості [9].

Використання мережі інтернет в туризмі включає й інші напрямки:

- відкритий доступ до використання сучасних систем зв'язку, таких як електронна пошта, може значно скоротити витрати підприємства;
- можливості створення та просування внутрішньої системи бронювання турів в інтернеті;
- туристичні фірми можуть отримувати довідкову інформацію про ціни, тарифи, країни, прогнози погоди тощо, щоб виробляти якісні туристичні продукти;
- впровадження мультимедійних технологій, у вигляді каталогів;
- можливість формування нових маркетингових каналів просування туристичних послуг, зокрема, створення web-сайтів підприємства, або спільнот у різних соціальних мережах (рис.1.5).

Використання інформаційних технологій у туристичному бізнесі дозволяє підприємцям та маркетологам досліджувати нові можливості на туристичному

ринку та вивчати різні сегменти ринку (географічні та демографічні).

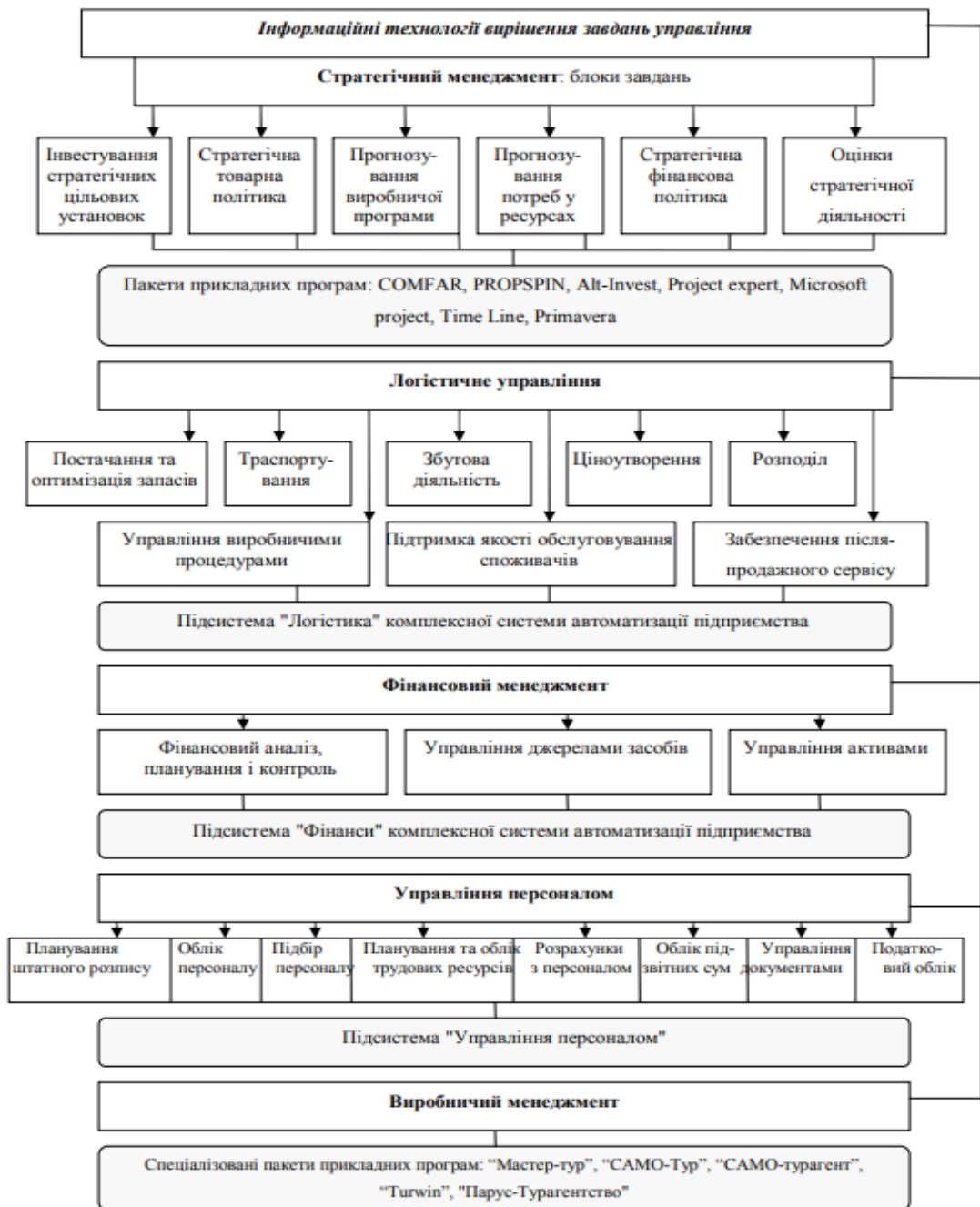


Рисунок 1.5 - Інформаційні технології для вирішення управлінських завдань туристичних підприємств

Зважаючи на зростаючу роль сучасних інформаційних технологій у туристичному бізнесі, була створена Асоціація сприяння туристичним технологіям (АСТТ), щоб спільно підготувати учасників туристичного ринку до впровадження та ефективного використання сучасних засобів ведення бізнесу по

таких засобах:

- впровадження автоматизованих інструментів, які значно скорочують години продуктивного використання, що є найбільшим джерелом незадоволення серед працівників розумової праці;

- залучати майбутніх користувачів до вибору та створення нових автоматизованих місць та враховувати їхні пропозиції;

- відмова від прагнення до негайного загального схвалення нових засобів і відповідних переміщень персоналу, які можуть призвести до зниження рівня допоміжних служб;

- зосередження на простих прикладних завданнях, і обов'язковими є інтенсивні навчальні курси для майбутніх користувачів.

В результаті впровадження комп'ютерних інформаційних технологій економиться час фахівців. Єдиний спосіб отримати відчутну вигоду від економії часу – перетворити цей час на досягнення конкретних цілей для даного підрозділу, визначених загальною стратегією компанії.

РОЗДІЛ 2 ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА «ЄВРИКА ТУР»

2.1 Загальна характеристика діяльності підприємства «Єврика Тур»

Туристична агенція «Єврика Тур» розпочала свою діяльність у 2006 році і вже 17 років успішно працює та задовольняє побажання клієнтів.

«Єврика Тур» будує свою діяльність на підставі Статуту та чинного законодавства України.



Рисунок 2.1 – Туристична агенція «Єврика Тур»

«Єврика Тур» - це туристична агенція в місті Волочиськ, Хмельницької області (рис.2.1). Вона успішно надає туристичні послуги з виїзного, в'їзного та внутрішнього туризму. Основний офіс знаходиться за адресою: 31200, вул. Незалежності, 74а, місто Волочиськ, Хмельницька обл. тел./факс: Тел.: +38 096 5268298, +38 067 38 12 432 - візові питання, тури по Європі, відпочинок за кордоном, +38 067 38 12 923 - екскурсії та відпочинок в Україні, +38 067 17 32 142 - замовлення автобусів (19, 21, 45, 50 місць).

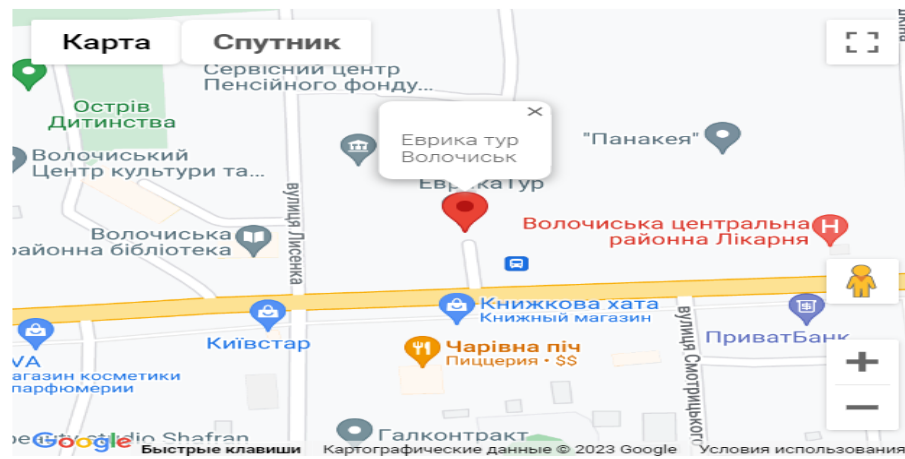


Рисунок 2.2 – Місце розташування туристичної агенції «Еврика Тур»

Підприємство дбає про свою репутацію, ділові стосунки з партнерами та відпочинком, який дарує своїм мандрівникам.

Спектр послуг, які пропонує, необмежений, і готові задовольнити всі можливі побажання клієнтів. Організовує та виконує екскурсійні поїздки по всій території України, а також виконує власні тури по Європі, бронює авіабілету, здійснює страхування. Постійно поповнює екскурсійний список новинками та різноманітними цікавинками. Агенство дбає про те, щоб екскурсійні програми були максимально продуманими, насиченими та цікавими. Працює тільки з найкращими гідями, які є професіоналами своєї справи. Для забезпечення безпечної та комфортної подорожі перевозить своїх гостей у власних автобусах. Залежно від кількості туристів у групі, використовують автобуси: 19-місні MERSEDES Sprinter; MERSEDES Sprinter Extra Long - 21місце; 43-місні Setra 312 HD; 50-місні Setra 315 HD. Також має ліцензію на внутрішні та міжнародні перевезення (рис.2.3).

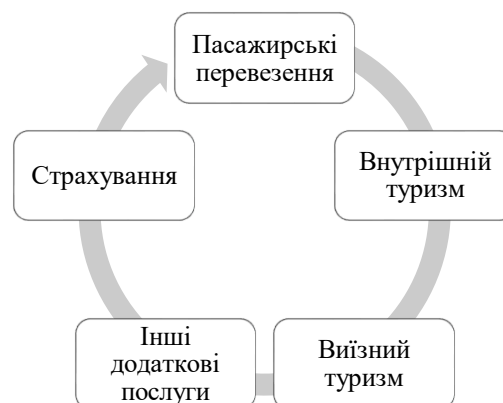


Рисунок 2.3 - Основні напрями діяльності ТА «Еврика Тур»

Загалом «Еврика Тур» пропонує широкий спектр послуг у сфері туризму. Також організовує пляжний відпочинок на морі в Україні та співпрацює з перевіреними операторами для організації відпочинку на морі в будь-якій країні світу. Болгарія, Туреччина, Єгипет, Греція, Туніс, Іспанія та Об'єднані Арабські Емірати - найпопулярніші напрямки для туристів. Персонал постійно навчається, відвідує туристичні виставки, інформаційні та рекламні тури і сезонні семінари, а також самі відпочивають за кордоном, щоб робити найкращі пропозиції для своїх клієнтів. Таким чином, підприємство отримує компетентну та вичерпну інформацію (з точки зору мандрівника) про країну ще до поїздки.

Туристична фірма «Еврика Тур» - невелика компанія, яка складається з директора, в особі Сікули Наталії Миколаївни і декількох працівників.

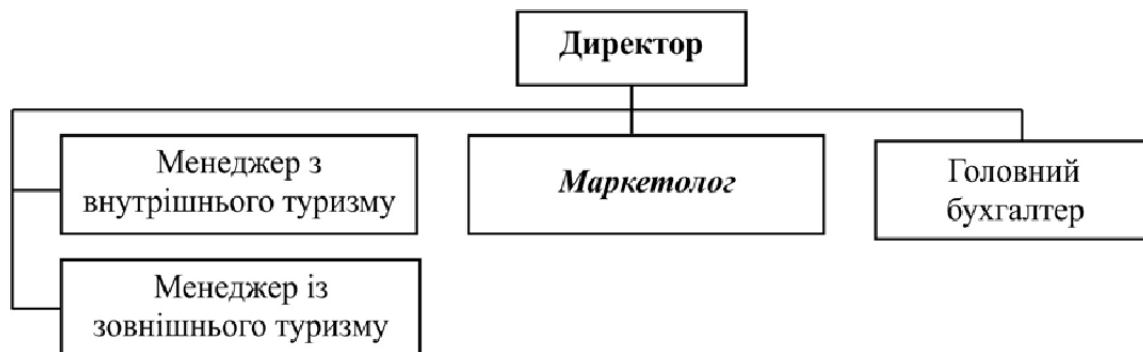


Рисунок 2.4 - Організаційна структура управління туристичного підприємства «Еврика Тур»

У 2012 році «Еврика Тур», в особі Сікули Наталії Миколаївни, отримала грамоту від УКТК Хмельницької обласної державної адміністрації за сумлінну працю, високий професіоналізм, вагомий особистий внесок у розвиток туризму.

Не дивлячись на війну в Україні, «Еврика Тур» не залишила туристичний ринок і продовжує надає свої послуги, зокрема у підготовці документів для відкриття національної візи до країн Польща, США, Канада. Звичайно деякі послуги дещо обмежені, але своїх клієнтів не втратили.

2.2 Аналіз ефективності інформаційної системи досліджуваного підприємства

Інформаційні технології, що використовуються на підприємстві – це система методів і способів передачі та обробки інформації за допомогою технічних засобів, які можуть бути використані в управлінні туристичними підприємствами, таких як обслуговування клієнтів, співпраця з постачальниками, посередниками та органами державної влади, а також встановлення з ними партнерських стосунків.

За їх допомогою інформаційних систем туристична агенція «Еврика Тур» виконує наступні завдання:

- за допомогою систем Microsoft значно спрощуються роботи з документацією;
- використання систем бронювання та резервування – самостійне формування туру;
- доступ до електронних каталогів та веб-сайтів;
- використання електронної пошти;
- використання інтернет-комунікацій (Skype, Twitter, Facebook, Instagram, Viber) для контактів з клієнтами та партнерами;
- використання інтернету для здійснення платежів;
- використання програмного забезпечення для перекладу;
- реклама та просування туристського продукту;
- електронна презентація фірми та її туристського продукту;
- отримання оперативної інформації про тарифи та ціни готелів, ресторанів і перевізників;
- використання електронних каталогів туристського продукту по країнам та напрямкам;
- отримання інформації про країну, оперативного прогнозу погоди у різних країнах, розкладу руху транспорту [8].

За допомогою інформаційних технологій, можна представити аналіз основних показників туристичної діяльності підприємства за 2020–2022 рр. (табл.2.1).

Таблиця 2.1 - Основні показники роботи ТА «Еврика Тур» за 2020 - 2022 роки

Показник	Роки			Відхилення ,+/-		Темп росту, %	
	2020	2021	2022	2021/ 2020	2022/ 2021	2021/ 2020	2022/ 2021
Кількість туристів, осіб	4675	6956	3456	2281	-3500	48,8	-50,3
із них туристів, охоплених внутрішнім туризмом, осіб	1189	2617	985	1428	-1632	120,1	-62,4
туристів, що виїжджали за кордон, осіб	3341	3772	2375	431	-1397	12,9	-37,03
іноземних туристів, осіб	145	567	96	422	-471	291	-83,1

Аналіз таблиці показує, що на підприємстві спостерігається тенденція до нерівномірної зміни кількості туристів, що обслуговуються, а, відповідно, і виручки від реалізації послуг та витрат по їх наданню. Так, в 2021 році відбувався значний стрибок в кількості обслуговуваних туристів (на 2281 осіб або 48,8% більше, ніж в 2020 році після пандемії), але в 2022 році кількість обслуговуваних туристів знову зменшилася (на 3500 осіб або 50,3%), це пов'язано з повномаштабною війною, аеропорти не працюють відповідно зменшилася кількість туристів, що виїжджають за кордон, з метою відпочинку. При цьому відбувається значні зміни кількості обслуговуваних іноземних туристів при нерівномірній зміні кількості обслуговуваних туристів, охоплених внутрішнім туризмом, та туристів, що виїжджали за кордон.

Сьогодні майже всі туристичні компанії використовують інформаційні технології у своїй діяльності. Крім того, в останні роки багато компаній створили корпоративні сайти, які стали цінним інструментом продажів у туризмі. Веб-сайт – сторінка компанії в глобальній мережі інтернет. «Еврика Тур» також має власний сайт, на якому можна знайти актуальну інформацію:

- про країни та курорти, куди пропонуються тури;
- останні новини в туристичному світі;
- про типи турів та напрямки;
- про персонал компанії та її місце знаходження;
- додаткову інформацію про компанію (історія створення, логотип, назва, ліцензії, сертифікати);
- форум (де користувачі або власник сайту можуть розміщувати теми для обговорення і всі можуть залишати коментарі до цих тем);
- так звана гостьова книга відвідувачів сайту (де розміщуються відгуки та поради клієнтів компанії щодо вибору країни, курорту або готелю) [11].

Сайт «Еврика Тур» є привабливим, містить актуальну, достовірну та періодично оновлюючу інформацію, зручний у використанні, можна вести рахунок кількості відвідувачів сайту (при перевірці ефективності рекламної кампанії це актуально). Наявність сайту дає певні переваги, але існують також і недоліки. Щоб сайт був ефективним, необхідно оптимізувати його для пошукових систем. І саме головне, адміністрування сайту, оплата сервера та домену потребують постійних витрат.

Відповідно, щоб здійснювати новітні впровадження потрібно здійснити SWOT-аналіз, перевірити слабкі і сильні сторони компанії, а також загрози та можливості (табл. 2.2).

Таблиця 2.2 - SWOT-аналіз «Еврика Тур»

<p>Слабкі сторони:</p> <p>Відсутність чіткої стратегії</p> <p>Слабкі канали збуту</p> <p>Ціни</p> <p>Асортимент</p> <p>Залежність від роботи окремих співробітників</p> <p>Вплив сезонності на доходи компанії</p>	<p>Сильні сторони:</p> <p>Великі фінансові ресурси</p> <p>Високий рівень кваліфікації співробітників</p> <p>Багаторічний досвід роботи</p> <p>Якість послуг, що надаються</p> <p>Якість туристичних продуктів</p> <p>Імідж та репутація компанії</p>
<p>Загрози:</p> <p>Уповільнення економічного зростання</p> <p>Нестабільний валютний курс</p> <p>Зниження платоспроможності населення</p> <p>Часті зміни вподобань споживачів</p> <p>Політичні фактори</p>	<p>Можливість:</p> <p>Вихід на нові ринки</p> <p>Потенціал для зниження цін</p> <p>Збільшення темпів зростання ринку</p> <p>Вихід на нові сегменти клієнтів</p>

Визначення ефективності використання інформаційних технологій «Еврика Тур» використовує статистичний метод.

Статистичний метод полягає в порівнянні показників діяльності компанії до і після використання інформаційних технологій. Розраховується за наступною формулою:

$$E = Pr_0 - Pr_1,$$

де Pr_0 - прибуток до використання інформаційних технологій; Pr_1 - прибуток після використання інформаційних технологій [10].

Ефективність інформаційних технологій у туристичній галузі оцінюється за кількістю користувачів інтернету в усьому світі, обсягом інтернет-продажів туристичних послуг та кількістю бронювань, здійснених через глобальну систему дистрибуції.

Аналіз сучасних інформаційних технологій та використання інформаційних технологій у туристичному бізнесі свідчить про їх практичну цінність і корисність.

Основні напрямки підвищення ефективності функціонування компанії в умовах активного використання інформаційних технологій:

- підвищення ефективності розповсюдження та пошуку інформації;
- підвищення ефективності просування та маркетингу туристичних послуг;
- підвищення прибутковості в роботі з клієнтами;
- підвищення якості обслуговування клієнтів.

2.3 Оцінка впливу інформаційних технологій на діяльність туристичного підприємства

Використання сучасних інформаційних технологій підвищує безпеку і якість туристичних послуг. Сьогодні туризм використовує глобальну систему розподілу (Global Distribution System).

GDS-тури - це динамічні пакетні тури на регулярних (не чартерних) рейсах, де загальну вартість пакету можна розрахувати онлайн, звернувшись безпосередньо до системи бронювання авіакомпанії. Всього за кілька хвилин ви можете забронювати і оформити подорож на регулярних рейсах за найвигіднішими умовами - головною перевагою GDS-турів є широкий вибір авіакомпаній, варіантів перельотів, стикувань і тарифів. GDS-тури також дають можливість відкрити для себе нові напрямки, розширити географію польотів і різноманітнити екскурсійні маршрути [4].

Глобальна дистриб'юторська система (GDS, Global Distribution System) – міжнародна комп'ютерна система бронювання.

Найбільшими GDS є Amadeus, Galileo, KIU, Worldspan, Sabre, Abacus. Основні GDS також стали членами Міжнародного товариства аеро-телекомунікацій SITA [10].

ТА «Еврика Тур» користується системою Amadeus. Основні переваги впровадження GDS-турів для турагентів є:

- значне скорочення трудовитрат на формування туристичного продукту з використанням регулярних рейсів;
- можливість зниження фінансових ризиків, оскільки запропонована бізнес-модель не потребує фіксованих авіаквитків або місць в готелі та великого депозиту;
- можливість розширювати географію напрямків без додаткових витрат, пошук всіх регулярних рейсів онлайн та можливість задовольнити широкий спектр вимог клієнтів;
- нова технологія інтеграції гарантує, що інформація про наявність квитків та ціни завжди буде актуальною. З GDS-Tours туристичні агенції можуть розділити та оптимізувати свій робочий процес шляхом створення єдиної бази даних, що містить інформацію про партнерів, індивідуальних клієнтів, рекламу, запити та оплати, пропозиції та їх деталі (тип готелю, рейс, послуга), курси валют тощо;

- автоматична видача необхідного набору документів, таких як договори, рахунки, ваучери, листи бронювання, квитанції, касові ордери тощо, для економії часу під час оформлення заявки та спрощення цього процесу;

- віддалені офіси можуть бути підключені до загальної мережі через єдину базу даних.

Туристична агенція «Еврика Тур» повністю обладнана. Технічні засоби обслуговуються кваліфікованим персоналом, який вміє використовувати все обладнання для забезпечення ефективної роботи туристичної агенції. Система зв'язку туристичної агенції включає в себе систему ділового зв'язку, в тому числі телефони, мобільні телефони та факсимільні апарати. Офіси також оснащені спеціальним обладнанням (обладнання, яке є невід'ємною частиною програмно-технічних комплексів) та організаційною технікою (технічні засоби, спрямовані на автоматизацію офісних операцій). Офісне обладнання включає в себе ксерокси, диктофони, проєктори, ламінатори та знищувачі документів.

Також використовується ліцензійне системне програмне забезпечення, яке дозволяє іншим комп'ютерним програмам взаємодіяти з обладнанням.

Сервісне програмне забезпечення - це комп'ютерне програмне забезпечення, призначене для обслуговування комп'ютерів та покращення роботи користувачів.

Комп'ютерне програмне забезпечення - це комп'ютерне програмне забезпечення, призначене для обслуговування комп'ютерів та покращення роботи користувачів.

Системне програмне забезпечення включає в себе тестові та діагностичні програми, призначені для перевірки працездатності окремих компонентів комп'ютера, програмного забезпечення та компонентів файлової системи, а також для усунення виявлених несправностей. Антивірусні програми використовуються для виявлення та усунення комп'ютерних вірусів [9].

Особливою популярністю в наш час користуються CRM-системи (Customer Relationship Management) - CRM-системи є ефективним інструментом

для автоматизації бізнес-процесів, зберігання структурованої інформації про клієнтів і впорядкування роботи з ними в туристичних компаніях.

CRM - це також бізнес-стратегія, яка допомагає підвищити якість обслуговування, стабілізувати обсяги продажів і посилити конкурентоспроможність туристичних підприємств на ринку.

Основними цілями впровадження CRM-системи зазвичай є підвищення задоволеності клієнтів шляхом аналізу накопиченої інформації про поведінку клієнтів, коригування тарифної політики та налаштування маркетингових інструментів [15].

Використання інформаційних технологій також визначає вибір програмного забезпечення: стандартне на базі пакету Microsoft Office або спеціалізоване. ТА «Еврика Тур» використовує комплекс додатків Microsoft Office призначений і взаємопов'язаний, для розв'язання майже будь-яких задач обробки даних в туристичному та готельному бізнесі. Для введення бухгалтерський звітів використовує програму BAS (аналог 1С).

Також повинна бути забезпечена можливість спілкування та зворотного зв'язку з клієнтами та відвідувачами. «Еврика Тур» додаткове спілкування з клієнтами здійснює через електронну пошту та соціальні мережі (Facebook, Instagram) на різні теми (враження від обраного туру, якість обслуговування, переваги та недоліки, як клієнти познайомилися з компанією тощо).

РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ

3.1 Основні проблеми та перспективні напрямки оптимізації діяльності туристичного підприємства з використанням сучасних інформаційних технологій

На сьогодні зміни в інформаційних технологіях та туристичному бізнесі доповнюють один одного. У зв'язку з цим процес впровадження інформаційних технологій у діяльність суб'єктів туристичної діяльності стикається з низкою викликів. Основними з них є наступні:

- недостатній рівень комунікації;
- недостатня підготовка менеджерів з інформаційних технологій та низька інформаційна грамотність. Потребує додаткових фінансових коштів навчання або наймання фахівців;
- не всі туристичні фірми можуть дозволити собі найняти фахівців з інформаційних технологій;
- більшість туристичних організацій надають клієнтам на своїх веб-сайтах не повну інформацію про місцезнаходження своїх туристичних об'єктів (іноді немає інформації про місце розташування), а інформація про вартість послуг є застарілою та подекуди не точною;
- відсутність національної електронної системи надання туристичним підприємствам актуальної інформації про попит, пропозицію, ціни та тарифи.

Впровадження сучасних інформаційних технологій в діяльність компаній вимагає значних капіталовкладень. Обґрунтування доцільності впровадження технології є досить складним завданням, оскільки цілями нових технологій є

зниження витрат на оплату праці, підвищення якості послуг та розширення асортименту продукції. Деякі нові технології безпосередньо не знижують витрати, що робить дуже складним обґрунтування їх вибору.

З поширенням загальнодоступних мереж передачі даних різко зросла кіберзлочинність. Основними причинами такого зростання є недосконалість програмних, мережевих методів і засобів захисту, а також різноманітні вразливості в програмному забезпеченні компонентів мережевої інфраструктури.

Варто також зазначити, що серйозні проблеми можуть виникнути для бізнесу через можливі перебої в роботі серверів компаній та інтернет-провайдерів, що унеможливить використання веб-сайтів та онлайн-контакт з клієнтами [11].

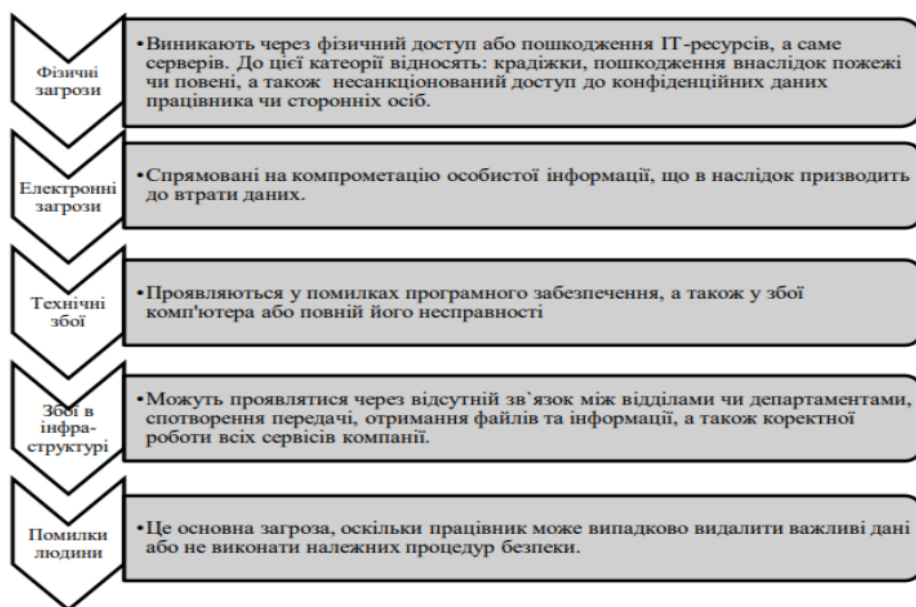


Рисунок 3.1 - Види інформаційних ризиків

Презентація «Єврика Тур» в інтернеті має недоліки, такі як недостатньо добре представлений дизайн сайту та невідповідність певним технічним вимогам. Розглядаючи дизайн сайту, необхідно пам'ятати, що головне завдання-зацікавити і привернути увагу відвідувачів. Необхідно уникати наповнення сайту зайвою інформацією, рекламою та великою кількістю ілюстрацій і фотографій.

Щоб підняти рівень свого сайту, варто також попросити туристичні агенції-партнери розмістити інформацію на їхніх серверах. Ви також можете розміщувати рекламу на туристичних порталах в інтернеті. Зворотній зв'язок з клієнтами дуже важливий і може бути забезпечений не тільки через гостьову книгу на сайті, але й шляхом створення спеціального форуму. Однак форум слід контролювати, щоб забезпечити своєчасне надання відповідей на запитання.

Веб-сайт повинен постійно оновлюватися. На сторінці має бути розділ новин, де розміщуються поточні та майбутні акції, а також новини туристичної індустрії. Відсутність засобів інформування клієнтів про цікаві акції означає, що немає простого і швидкого способу продавати відповідні тури. У цьому випадку веб-сайт виступатиме в ролі рекламного інструменту, а також здійснюватиме попередній продаж [3].

Таким чином, визначення основних проблем, що стоять перед туристичною галуззю, свідчить про актуальність розробки цільової програми розвитку інформаційних технологій у діяльності туристичних підприємств. Така програма могла б врахувати низку заходів, спрямованих на вдосконалення існуючої системи використання різних видів інформаційних технологій та сприяти розробці нових механізмів державного регулювання у цій сфері.

3.2 Розробка напрямів подальшого розвитку і вдосконалення інформаційних технологій туристичного підприємства «Еврика Тур»

У сучасних компаніях комп'ютер є незамінними інструментами для повсякденної діяльності. Вони використовуються для збору, зберігання та обробки інформації.

Сучасними напрямками розвитку інформаційних технологій в туристичній галузі є: - локальна автоматизація підприємств; - впровадження програм

автоматизації формування, просування та реалізації туристичних продуктів; - впровадження мультимедійних маркетингових систем; - використання локальних комп'ютерних мереж; - використання систем управління базами даних; - впровадження систем бронювання; - використання мережі Інтернет.

Основною сферою застосування інформаційних технологій у діяльності туристичних підприємств є отримання спеціалізованої інформації з інтернет-джерел (рис. 3.2).

Окрім отримання інформації, туристичні компанії в переважній більшості використовують інтернет для того, щоб споживачі бронювали свої туристичні продукти, що значно прискорює процес продажу - реклама, PR-діяльність та моніторинг ринку туристичних послуг [15].

Використовуючи інтернет для дослідження ринку туристичних послуг, туристичні компанії визначають бажані джерела інформації, які відповідають певним параметрам пошуку потрібної їм інформації.

Інше	8%
Онлайн-продаж туристичних продуктів	12%
Бронювання туристичних продуктів	76%
Підтримання ділового зв'язку	68%
Отримання професійної інформації	72%
Пошук потенційних партнерів	52%
Реклама, PR	68%
Стимулювання збуту	44%
Моніторинг ринку туристичних послуг	56%

Рисунок 3.2 - Напрями застосування інтернет-технологій туристичним підприємством

Вивчивши інформаційну діяльність ТА «Еврика Тур», ми можемо надати такі пропозиції щодо вдосконалення своєї діяльності:

1) Ефективним та важливим заходом для покращення організації маркетингових досліджень в інтернеті є програмне забезпечення для прослуховування соціальних мереж. Таке програмне забезпечення аналізує відгуки людей про туристичну компанію в мережі інтернет. Туристична агенція повинна продовжувати купувати найновіше програмне забезпечення, щоб краще

розуміти своїх клієнтів. Таке програмне забезпечення стає всебільш досконалим і надасть можливість переглядати думки, ідеї та скарги людей, що містяться в соціальних мережах. Ці програми також відображають тенденції та закономірності і можуть адаптувати коментарі, що стосуються туристичної компанії та її діяльності.

2) Для підвищення ефективності інтернет-маркетингових досліджень слід використовувати бази даних клієнтів - концепція CRM-системи. Створення, підтримка і використання баз даних клієнтів є дуже важливим процесом для маркетингових досліджень в інтернеті, прямих і непрямих продажів. Кожне туристичне агентство зростає, залучаючи нових клієнтів. Але в той же час, важливо заохочувати та утримувати існуючих клієнтів. Ось чому база даних настільки важлива. Створення бази даних також вимагає ретельного аналітичного дослідження. Йдеться не лише про отримання імен та адрес постійних клієнтів, але й про їх упорядкування. База даних повинна ретельно підтримуватися і регулярно оновлюватися.

3) Веб-сайти та акаунти в соціальних мережах є основними інструментами комунікації для бізнесу. Google Analytics і належний аналіз даних – це мінімальний пакет для будь-якого маркетолога, який проводить базові дослідження. Це включає в себе редизайн сайту, тестування контенту (слоганів, логотипів, форм, розміщення кнопок, кольорів), а також аналіз того, як клієнти взаємодіють з сайтом (які зображення та елементи дизайну привертають увагу їхню, як вони переміщують курсор миші, як взаємодіють з текстом тощо). Всі ці та багато інших деталей мають вирішальне значення для того, щоб зробити веб-сайт унікальним і привабливим для клієнтів.

4) Автоматизація дозволяє туристичній агенції розробляти нові дослідницькі інструменти та рішення, які дозволяють обробляти більше інформації за менший час. Хештеги можна використовувати стратегічно, щоб підвищити впізнаваність конкретних брендів, орієнтуватися на конкретну аудиторію, покращувати SEO та отримувати вигоду з гарячих трендів та тем.

Отже, перспективними напрямками використання інформаційних технологій в туристичному секторі сьогодні можна назвати електронну комерцію, віртуальні магазини та віртуальні туристичні агенції. «Еврика Тур» також поступово почала їх використовувати.

Електронна комерція стала можливою відносно недавно з розвитком інтернетут а електронних методів оплати. Суть електронної комерції полягає в тому, що споживачі здійснюють покупки в режимі реального часу, не виходячи з дому. Електронна комерція, використовуючи інтернет та електронні платіжні засоби, забезпечує повний цикл обслуговування клієнтів, при якому замовлення товару та його оплата відбувається через так званий віртуальний магазин, без необхідності відвідування компанії продавця, після чого замовлений і оплачений товар доставляється на будинок покупця. «Еврика Тур» має можливість створити інтернет-магазин, в якому можна оплачувати платежі за турпослуги, бронювати путівки, квитки, повідомляти їх про вільні місця, путівки, укладати договори з клієнтами тощо. Такий сайт може виступати повноцінним паралельним механізмом продажу туристичних послуг, вивільняючи менеджерів і прискорюючи операції (прийом платежів, підготовка і підписання документів, приїзд споживача в офіс тощо). Недоліки - ризики, пов'язані зі шахрайством та можливим зломом сайту.

Таблиця 3.1 – Рекомендовані пропозиції щодо удосконалення розвитку послуг туристичного підприємства на внутрішньому ринку (на прикладі ТА «Еврика Тур»)

№ з/п	Проектна пропозиція	Назва заходу	Зміст заходу	Очікуваний результат
1	Стратегія зміцнення довгострокових контактів з існуючими та потенційними клієнтами	Концепція CRM-системи.	Створення бази даних клієнтів	Залучення клієнтів та збільшення доходу
2	Електронна комерція - Віртуальний магазин	Етапи замовлення туру	Віртуальний простір, в яке можна увійти за допомогою смартфона	Покращення діяльності фірми
3	Віртуальне туристичне бюро	Інтернет-маркетинг	VR у туристичному секторі	Покращення фін.показників

ВИСНОВКИ

Сучасний туризм вступив у таку стадію розвитку, коли інформація та її своєчасна передача відіграють важливу роль у всіх сферах туристичної діяльності, і саме сучасні інформаційні технології стають найважливішим фактором економічного зростання туристичної індустрії.

У сучасних умовах практично неможливо забезпечити якісне та ефективне функціонування туристичних підприємств без використання інформаційних технологій. Більше того, оскільки туристична індустрія в останні роки стає все більш інформаційно-орієнтованою, ефективність роботи всіх підприємств цього сектору залежить від ефективного управління інформацією.

Об'єктивно необхідно, щоб інформація про туристичний продукт передавалася своєчасно, що в основному стає можливим завдяки використанню сучасних інформаційних технологій. Також інформація про туристичний продукт повинна бути одночасно доступна учасникам туристичного ланцюга в будь-якій точці світу. Доступність туристичної інформації може бути забезпечена сучасними інформаційними технологіями. Туристичний продукт складається з низки компонентів (транспортні послуги, розміщення, розважальні заклади тощо), які також потребують оперативного інформування для координації інтегрованого постачання туристичних продуктів споживачам. Ці характеристики туристичних продуктів роблять індустрію туризму галуззю, яка вимагає більш активного використання інформаційних технологій, ніж інші галузі.

ТА «Еврика Тур» - це туристична агенція, яка успішно надає туристичні послуги з виїзного, в'їзного та внутрішнього туризму, добре позиціонується на ринку туризму, пропонує доволі широкий спектр туристичних послуг і має багато переваг, оскільки працює протягом тривалого часу та має багатий досвід і постійних клієнтів. Діяльність офісу добре автоматизована, а система онлайн-

бронювання є вдосконаленою і простою у використанні. Повністю комп'ютеризована та добре налагоджена бізнес-система. «Еврика Тур» також має власний сайт. Щодо доцільності впровадження інформаційних технологій, зокрема web-сайту, можа використати Google Analytics. Це універсальний і простий у використанні додаток, який не тільки аналізує сайт, але й дозволяє дізнатися, як відвідувачі використовують його, які розділи вони відвідують і що переглядають найчастіше.

Для визначення ефективності використання інформаційних технологій «Еврика Тур» використовує статистичний метод. Аналіз сучасних інформаційних технологій та практичне застосування використання інформаційних технологій в туристичних операціях доводять їх практичну цінність та корисність.

Сьогодні можна з упевненістю сказати, що електронна комерція, віртуальні магазини і віртуальні туристичні агентства є перспективними напрямками використання інформаційних технологій в туристичному агенстві. «Еврика Тур» також нещодавно почала їх використовувати. Електронна комерція - це відносно недавній розвиток, який став можливим завдяки інтернету і електронним способам оплати. «Еврика Тур» побачила можливість створити інтернет-магазин, де споживачі можуть оплачувати туристичні послуги, бронювати тури і квитки, укладати договори з клієнтами, отримувати повідомлення про наявність вільних місць і отримувати інформацію про тури.

Таким чином, визначення основних проблем, що стоять перед туристичною галуззю, свідчить про доцільність розробки цільової програми розвитку інформаційних технологій у діяльності туристичних підприємств.

Така програма дозволить врахувати низку заходів щодо вдосконалення існуючої системи використання різних видів інформаційних технологій та сприятиме розвитку нових механізмів державного регулювання у цій сфері.

Використовуючи запропоновані рекомендації щодо стратегії зміцнення довгострокових контактів з існуючими та потенційними клієнтами ТА «Еврика

Тур», число потенційних покупців значно збільшить, а також їх обізнаність про її діяльності, тури і послуги. Це допоможе компанії досягти своїх цілей та збільшити обсяг продажів.

Загалом запропоновані заходи дозволять покращити фінансові показники агенства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андренко І. Б., Кравець О. М., Писаревський І. М. Менеджмент туризму : навч. посіб. / І. Б. Андренко, О. М. Кравець, І. М. Писаревський. - Харків : ХНУМГ, 2014. -402 с.
2. Байда Б. Ф. Формування інформаційно-комунікаційної платформи системи менеджменту туризму. Галицький економічний вісник. Тернопіль : ТНТУ, 2020. Том 64. № 3. С. 7–13.
3. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: моногр. К.: МАУП, 2015. 438 с.
4. Божко Л. Д. Віртуальний туризм: нові віяння часу. Культура України. 2015. Вип. 49. С. 151–160. Гаврилов В. П. Інформаційні системи і технології в туризмі : навчальний посібник для студентів напряму підготовки 6.140103 "Туризм" / В. П. Гаврилов. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. – 168 с.
5. Грабар М. В. Інформаційні системи та технології на туристичному ринку: сучасність та перспективи. Інфраструктура ринку. 2020. № 39. С. 26–32.
6. Гризовська Л.О. Методи й інструменти інформаційного менеджменту підприємств індустрії туризму / В.В. Стадник, Л.О. Гризовська // Науковий журнал «Причорноморські економічні студії». - Випуск 54.-Ч. 1.-2020. - с.97-113.
7. Гризовська Л.О. Інформаційний менеджмент у реалізації потенціалу креативності й різноманітності суб'єктів індустрії гостинності / В.В. Стадник, Г.О. Соколюк, Л.О. Гризовська // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2020. – № 2. – С.7-11.
8. Домашенко М. В. Сучасні інформаційні технології в розвитку ринку туристичних послуг / М. В. Домашенко. – Київ: Кондор, 2013. – 243 с.

9. Князевич А.О. Управління інфраструктурним забезпеченням інноваційного розвитку економіки: моногр. Рівне: Волинські обереги, 2018. 362 с.
10. Кудла Н.Є. Менеджмент туристичного підприємства: підруч. К.: Знання, 2012. 343 с.
11. Мельниченко С. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: монографія. Київ: Київський національний торговельно-економічний ун-т, 2008. 493 с.
12. Омеляненко Г. А., Парій С. Б. Інформаційні системи і технології у практиці діяльності підприємств туристичної сфери і готельноресторанного бізнесу. The VI International Science Conference «Theoretical foundations of modern science and practice», Rome, Italy. P. 143–146. (March 19–20, 2021).
13. Опалько М. С., Примак Т. Ю. Автоматизація управління туристичним підприємством як засіб підвищення ефективності його діяльності. Молодий вчений. 2016. № 5 (32). С. 585–588.
14. Скібіцький О. М., Матвеев В. В., Скібіцька Л. І. Організація бізнесу. Менеджмент підприємницької діяльності [Текст] : навч. посібник. Київ : Кондор, 2011. 912 с.
15. Скопень М. М. Інформаційні системи і технології в готельноресторанному та туристичному бізнесі : підручник для студ. ВНЗ. Київ : Ліра-К, 2019. 764 с.
16. Татаринцева А. С., Олійник С. М. Управління підприємствами туристичної сфери з використанням сучасних інформаційних технологій. Вісник Запорізького національного університету. 2014. № 1(9). IT-Enterprise. URL: <https://www.it.ua/knowledgebase/technology-innovation/big-data-bolshie-dannye> (дата звернення: 19.05.2023).
17. Travel Weekly's 2019 Power List. URL: <https://www.travelweekly.com/Power-List-2019> (дата звернення: 19.07.2022).
18. Всесвітня туристична організація ООН (ЮНВТО). Офіційний сайт.

URL: <https://www.unwto.org/> (дата звернення: 20.05.2023).

19. Державне агенство розвитку туризму в Україні. URL : <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 10.12.2022).

20. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

21. Кифяк О.В. Ресурсний потенціал розвитку туристичних дестинацій / О.В. Кифяк // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2019. -№ 4. -С. 60–70.

22. Кукліна Т., Цвілій С., Журавльова С. Загальні тенденції розвитку світового туризму: від коронавірусу до військової агресії. Підприємництво та інновації. 2022. № 23. С. 12-15. DOI: 10.37320/2415-3583/23.2.

23. Національний інститут стратегічних досліджень. URL : <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-06/vnutrishniy-turyzm-v-ukraini.pdf/>

24. Про туризм : Закон України від 15 вересня 1995 № 324/95 / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>

25. Руденко В.П., Вацеба В.Я., Підгірна В.Н. Менеджмент туристичної індустрії : підручник : у 3-х ч. / В.П. Руденко, В.Я. Вацеба, В.Н. Підгірна. - Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2019. 504 с.

26. Стадник В. В., Гризовська Л. О. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. / В. В. Стадник, Л. О. Гризовська.-Хмельницький : ХНУ, 2020.-355 с.

27. Фрей Л.В., Геращенко Д.В. Сучасні тенденції та новітні тренди в туризмі після COVID -19. Інновації та технології в сфері послуг і харчування. 2020. № 2. С. 67-73.

28. Сайт ТА «Еврика Тур» URL: <https://evrikatour.com.ua/>

29. Travel & Tourism Economic Impact, 2020. Ukraine. URL: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>