

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

ДИПЛОМНА РОБОТА

магістр

Рівень вищої освіти

Розвиток інформаційних технологій в туризмі за матеріалами ТА «Анекс
Тур», м. Хмельницький

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Освітня програма «Туризм»

Шифр _____

Виконав: студент 2 курсу
група ТУРМ-22-1

Підпис

Д. Марчук
Ініціали, прізвище

Керівник

Підпис, дата

І. Несторишен
Ініціали, прізвище

Нормоконтролер

Підпис, дата

Ініціали, прізвище

До захисту допускаю:
Зав. кафедри
туризму та готельно-
ресторанної справи

Підпис, дата

І.Журба
Ініціали, прізвище

_____ 2023 р.

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет управління, адміністрування та туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Рівень вищої освіти магістр

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Освітня програма Туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ

зав. кафедри туризму та
готельно-ресторанної
справи

Ігор Журба

_____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ

Марчука Дмитра Вікторовича

Прізвище, ім'я, по батькові студента

1 Тема роботи Розвиток інформаційних технологій в туризмі за матеріалами
ТА «Анекс Тур», м. Хмельницький

керівник роботи Несторишен Ігор Васильович

затверджена Наказом по університету від «XX» XX 2023 р. №XX

2 Строк подання студентом роботи на кафедру _____ 2023 р.

3 Вихідні дані до роботи: посібники, періодичні видання, статистичні звіти,
Інтернет джерела

4 Зміст пояснювальної записки (перелік питань, що їх належить розробити)
У першому розділі розглянути теоретичні аспекти застосування сучасних
інформаційних технологій на туристичному підприємстві. У другому
розділі проаналізувати стан використання сучасних інформаційних
технологій у «Анекс тур» (ФОП Юрчук Ю.А) У третьому розділі
розглянути шляхи вдосконалення і перспективи використання сучасних
інформаційних технологій у «Анекс тур» (ФОП Юрчук Ю.А)

5 Перелік графічного матеріалу: Типові інформаційні технологій
управління в туризмі, Основні напрямки застосування інформаційних
технологій в туризмі, Динаміка показника «кількість міжнародних
туристичних прибуттів» протягом 2020-2022 рр, Основні показники
діяльності туристичної агенції «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.),
Функціонал CRM-системи, Використання чат-ботів у туристичній індустрії.

5. Дата видачі завдання _____ 2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Назва етапу виконання ДР	Термін виконання етапу роботи	Примітка
1. Вибір теми і складання бібліографії	07.09.2023	
2. Вивчення перспектив інформаційних технологій у процесі діяльності туристичної агенції за темою «Розвиток інформаційних технологій в туризмі за матеріалами ТА «Анекс Тур», м. Хмельницький»	21.09.2023	
3. Збір фактичного матеріалу	05.10.2023	
4. Уточнення мети, завдань і обґрунтування концепції роботи	12.10.2023	
5. Вибір методів аналізу матеріалів. Попереднє формулювання гіпотез, припущень тощо	04.11.2023	
6. Обробка зібраного матеріалу	12.11.2023	
7. Підготовка основної частини дипломної роботи. Формування висновків за розділами	29.11.2023	
8. Підготовка тексту виступу та загальних висновків.	14.12.2023	
9. Здача роботи на кафедрі	XX.XX.2023	

Студент-дипломник _____ Д. Марчук

Підпис Прізвище, ініціали

Керівник роботи _____ І. Несторишен

Підпис Прізвище, ініціали

АНОТАЦІЯ

на дипломну роботу Марчука Дмитра Вікторовича

Прізвище, ім'я, по батькові студента

Тема роботи Розвиток інформаційних технологій в туризмі за матеріалами ТА «АНЕКС ТУР», м. Хмельницький

Назва дипломної роботи

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Науковий керівник к.е.н, доц. Несторишен Ігор Васильович
м. Хмельницький, 2023 р.

Дипломна робота виконана на складає 70 сторінок, у тому числі 12 таблиць, 16 рисунків. Список літератури складається із 23 джерел.

Актуальність роботи. Актуальність теми дослідження визначається низкою факторів, які впливають на сучасну туристичну індустрію. Зокрема, зростання рівня використання мобільних пристроїв, електронних платіжних систем, онлайн-бронювань зумовлює необхідність впровадження інформаційних технологій для розвитку нових цифрових моделей в туристичній галузі. В сучасних умовах, для туристичних агенцій активне використання інформаційних технологій є ключовим елементом конкурентоспроможності, адже вони дозволяють вдосконалити процес обслуговування клієнтів, оптимізувати внутрішні процеси та ефективно просувати свої послуги.

Перший розділ роботи присвячений розгляду теоретичних аспектів застосування сучасних інформаційних технологій у сфері туризму, а саме проаналізовано сутність та поняття інформаційних технологій, види комунікацій в туризмі та вплив сучасних інформаційних технологій на діяльність туристичних агенцій.

У другому розділі проаналізовано діяльність туристичної агенції «АНЕКС ТУР», особливості використання інформаційних технологій в процесі планування та організації подорожей, а також сучасний стан використання інформаційних технологій в «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А).

У третьому розділі узагальнено перспективні напрямки використання сучасних інформаційних технологій в туристичній агенції «АНЕКС тур», обґрунтовано необхідність впровадження CRM-системи та інформаційних технологій на основі штучного інтелекту в діяльність туристичної агенції.

Результати: в сучасних умовах туристичні агенції активно впроваджують інформаційні технології в свою діяльність з метою поліпшення обслуговування клієнтів та підвищення конкурентоспроможності, за таких умов інформаційні технології є ключовим компонентом стратегічного розвитку, оскільки це не лише полегшує роботу агенцій, але й забезпечує високий рівень задоволеності клієнтів та допомагає зберегти конкурентоспроможність на ринку.

Ключові слова: інформаційні технології, індустрія туризму, CRM-системи, Айтї-Тур, штучний інтелект..

ANNOTATION

for the diploma work of Marchuk Dmytro Viktorovich

Theme of the work Development of information technologies in tourism based on the materials of TA "«Анекс тур» ", Khmelnytsky

–

Speciality 242 "Tourism

Department of Tourism and Hotel and Restaurant Business

Supervisor Candidate of Economic Sciences, Associate Professor Nestoryshyn

Ihor Vasylovych

Khmelnytskyi, 2023

Relevance of the work. The development of information technologies in tourism on the example of TA "«Анекс тур» " is relevant, as it highlights the impact of modern technologies on a travel agency and provides a specific analysis of innovations used by a travel agency/operator in the market. The paper reveals the agency's strategies, the use of online services and their impact on competitiveness in the tourism industry.

The first section of the work is devoted to the analysis and theoretical aspects of the application of modern information technologies in a travel agency, namely, the essence and concept of information technologies, types of communications in tourism and the impact of modern information technologies are analysed.

The second chapter analyses the characteristics of organisational and economic activity of the travel agency «Анекс тур» , assesses the introduction of modern information technologies, defines the external environment and identifies competitive advantages and challenges that "«Анекс тур» " may face.

The third section includes analysis of perspective directions of use of modern information technologies, identifies directions of development and possibilities for further development of information technologies in the process of activity of a travel agency. The main measures to create specific measures for the development of an effective information system are also proposed.

Зміст

Вступ	7
1 Теоретичні аспекти застосування сучасних інформаційних технологій на туристичному підприємстві	9
1.1 Сутність, поняття та основні напрями застосування інформаційних технологій в сфері туризму	9
1.2 Види комунікацій в туризмі та особливості розвитку	14
1.3 Вплив сучасних інформаційних технологій на діяльність туристичної агенції	21
2 Аналіз використання сучасних інформаційних технологій у «Анекс тур»	27
2.1 Характеристика організаційно-економічної діяльності «Анекс тур»	27
2.2 Аналіз використання інформаційних технологій в процесі планування та організації подорожей	35
2.3 Оцінка впровадження сучасних інформаційних технологій в «Анекс тур»	37
3 Шляхи вдосконалення і перспективи використання сучасних інформаційних технологій у «Анекс тур»	44
3.1 Перспективні напрями використання сучасних інформаційних технологій для оптимізації діяльності туристичної агенції	44
3.2 Впровадження CRM системи в діяльність туристичної агенції	52
3.3 Впровадження інформаційних технологій на основі штучного інтелекту	55
Висновки	59
Список використаних джерел	61

Вступ

Актуальність теми. Сучасна індустрія туризму являє собою складне фінансове, соціальне, суспільне та інформаційне явище, до процесу забезпечення якого залучено значну кількість учасників та відповідних комунікацій між ними. Туризм і технологічний прогрес тісно переплітаються вже понад 25 років, адже інформаційні технології мають вирішальне значення на всіх операційних, структурних, маркетингових і стратегічних рівнях для полегшення глобальної комунікації між постачальниками, споживачами та посередниками на ринку туристичних послуг. Електронний туризм встановлює комерційні зв'язки через Інтернет для постачання товарів/продуктів, пов'язаних із туризмом, таких як авіаквитки, бронювання готелів та оренда транспортних засобів. Це дозволяє підприємствам підвищити загальну ефективність і результативність.

Інформаційні технології містять важливі передумови для економічного та соціального розвитку. Найважливішою перевагою, пов'язаною з доступом до нових технологій, є збільшення кількості інформації. Інформація ділиться та поширюється серед великої аудиторії користувачів. Крім того, використання інформаційних технологій за усіма етапами надання туристичних послуг дозволяє знизити трудомісткість та собівартість надання послуг.

Об'єкт дослідження: процес застосування інформаційних технологій у туристичній сфері.

Предмет дослідження: теоретико-методологічні аспекти впровадження та застосування інформаційних технологій у туристичній сфері.

Метою дослідження є аналіз теоретичних засад та розроблення практичних рекомендацій щодо застосування сучасних інформаційних технологій на прикладі туристичної агенції «Анекс тур» (ФОП Юрчук Ю.А).

Досягнення мети дослідження потребує розв'язання наступних завдань:

- проаналізувати сутність, поняття та основні напрями застосування інформаційних технологій в сфері туризму;
- визначити вплив сучасних інформаційних технологій на діяльність туристичної агенції; здійснити аналіз організаційно-економічної діяльності «Анекс тур» та особливостей використання інформаційних технологій в процесі планування та організації подорожей;
- запропонувати перспективні напрямки використання сучасних інформаційних технологій для оптимізації діяльності туристичної агенції.

Методи дослідження: узагальнення та систематизації; системний і комплексний; розрахунково-аналітичні та порівняльні методи; метод системного аналізу та синтезу; графічні й табличні методи (для наочного зображення статистичного матеріалу, візуалізації теоретичних та практичних положень).

Практичне значення отриманих результатів:

У дипломній роботі основний акцент спрямований на визначення впливу інформаційних технологій на діяльність агентства, а також на оцінку ефективності їх використання. Дослідження спрямоване на вдосконалення розуміння ролі інформаційних технологій у сучасній туристичній індустрії. Отримані результати дослідження мають важливе практичне значення для туристичної галузі та конкретно для туристичної агенції «Анекс тур». Перш за все, вони можуть служити основою для вдосконалення стратегії використання інформаційних технологій в агенції. В дослідженні запропоновано та економічно обґрунтовано доцільність запровадження CRM-системи та використання інформаційних технологій на основі штучного інтелекту в контексті розробки чат-боту.

За результатами виконання дипломної роботи опубліковано статтю: Марчук Д., Стельмах Ю., Несторишен І. Сучасні тренди трансформації попиту на ринку туристичних послуг в Україні. *Development service industry management*, 2023. (2), С. 42-47.

1 Теоретичні аспекти застосування сучасних інформаційних технологій на туристичному підприємстві

1.1 Сутність, поняття та основні напрями застосування інформаційних технологій в сфері туризму

Сфера туризму та інформація - вони нероздільні. Так як рішення про подорож приймається на основі повної, своєчасної і чіткої інформації. Туризм, це – сфера послуг яка насичена великою кількістю інформації яка впливає на думку туриста та його вибір. Тому сферу туризму можна вважати сферою де поступово зростає застосування інформаційних технологій. Інформаційні технології (ІТ) - це системно організована технологія для вирішення завдань управління, сукупності методів та засобів реалізації функцій збирання, реєстрації, передачі, накопичення, пошуку, обробки і захисту інформації на базі застосування розвиненого програмного забезпечення, використання засобів обчислювальної техніки і зв'язку, а також способів, за допомогою яких інформація надається тим, хто її потребує.

Зазвичай ІС туристичної фірми використовується для підготовки, аналізу інформації, що дозволяє співробітникам турфірми ефективно приймати управлінські рішення. Таким чином, інформаційні технології які турфірмами використовують у своїй діяльності та призначені для автоматизації діяльності туроператорів і турагентів у формуванні та реалізації туристичного продукту споживачеві.

На туристичному ринку виділяються такі етапи автоматизації туристичної фірми:

- використання стандартного програмного забезпечення (стандартні програмні продукти), такого як Word, Excel, PowerPoint, Outlook, готові бази даних Access, перекладачі, бухгалтерські та фінансові системи управління.

- використання спеціальних типових інформаційних технологій управління в туризмі, таких як «IT-tour», "МастерТур", "СамоТур" та інші.
- використання глобальних комп'ютерних систем бронювання турів, таких як Amadeus, Galileo, Sabre тощо.
- поєднання інформаційних технологій управління з системами бронювання.

Таблиця 1.1 - Типові інформаційні технології управління в туризмі

Назва	Опис
IT-tour	система пошуку та бронювання турів «IT-tour» є універсальним інструментом в процесі роботи менеджера з туризму під час пошуку, підбору та систематизації наявних туристичних продуктів. Система дозволяє порівнювати ціни від усіх провідних вітчизняних та багатьох зарубіжних туристичних операторів, зберігати та опрацьовувати інформацію про всі заявки агенції (в т.ч. заброньованих у різних операторів). У системі представлено понад 1,5 млрд турів від 67 туроператорів 78 країнами
МастерТур	модуль програми складається з декількох робочих місць: забезпечує формування туристичного продукту, реалізацію туристичного продукту; дає можливість працювати з партнерами. Кожне робоче місце адаптоване для вирішення конкретних завдань, таких як конструювання турів та туристичних подорожей, реалізація туристичного продукту
СамоТур	цей інформаційний продукт орієнтовано на туристичні операторські компанії, які спеціалізуються на внутрішньому, виїзному, груповому та індивідуальному туризмі. Цей програмний комплекс дозволяє повністю автоматизувати діяльність агенцій в межах офісу та інтегрувати їх діяльність в глобальний інформаційний простір
ONLINEBISTRO	дає можливість отримати доступ до різних тур. послуг, зібрано 11 туристичних послуг від надійних світових постачальників під зручним інтерфейсом

Джерело: [1]

Вибір турфірмами програм для використання їх у роботі, специфіка їх використання залежать від ряду чинників, а саме від:

- напрямків та специфіки діяльності турфірми, сукупності завдань які ставить перед собою туроператор, сумарного обсягу продажів, фінансового стану турфірми
- обізнаності керівництва на рахунок програмного забезпечення, його недоліків та переваг
- режиму роботи комп'ютерів (автономний або мережевий).

Сфера туризму ідеально підходить для впровадження сучасних інформаційних технологій, тому за останні роки зазнала суттєвого впливу науково-технічного прогресу у сфері інформаційних технологій.

Серед найважливіших досягнень сфери туризму стала її комп'ютеризація. Персональний комп'ютер та мережа Інтернет дали змогу створювати загальнодоступну для кожного, інформаційно містку, та, порівняно з іншими інформаційно-технологічними системами, дешевшу й швидку інформаційну інфраструктуру, їх доступність та надійність сприяли входженню у сферу туризму нових інформаційних технологій, які повною мірою забезпечили ріст продуктивності у сфері послуг.

Система інформаційних технологій, що використовуються в туризмі, складається з комп'ютерної системи резервування, системи проведення телеконференцій, відео систем, комп'ютерів, інформаційних систем управління, електронних інформаційних систем авіаліній, електронної пересилки грошей, телефонних мереж, рухливих засобів повідомлення і т.д. При цьому необхідно зазначити, що ця система технологій розвивається не лише туристичними агенціями чи туристичними операторами, готелями, авіакомпаніями чи кожним окремо, а усіма учасниками сфери туризму.

Використання сучасних інформаційних технологій сприяє підвищенню безпеки та якості надання туристичних послуг. На сьогоднішній день туристична індустрія активно використовує глобальні розподільчі системи (Global Distribution System, GDS) для швидкого та зручного бронювання транспортних квитків, готелів, оренди автомобілів, обміну валюти та замовлення квитків на спортивні та культурні заходи. AMADEUS, Worldspan, Galileo та Sabre (табл.1.2) є основними глобальними системами дистрибуції на ринку туристичних послуг, об'єднуючи близько 500 000 терміналів у готелях по всьому світу і займаючи понад 90% ринкової частки, у той час як решта належить регіональним системам резервування та тим, що перебувають у стадії злиття з однією з вищезазначених.

Таблиця 1.2 - Глобальні розподільчі системи

AMADEUS	Система бронювання авіаперельотів, готелів, автомобілів, залізничних перевезень, поромів, круїзів. Входить до четвірки найбільших світових систем. Концентрує в собі інформацію про замовлення квитків на рейси міжнародних авіакомпаній, оренду автомобілів, бронювання місць у готелях і являє собою найоб'ємнішу базу даних. КСБ " AMADEUS" доступна через комп'ютерні мережі та працює на автономних системах.
Worldspan	Інформаційна система, що здійснює резервування головним чином на авіатранспорті (487 авіакомпаній), а також в готелях (39 тис. Готелів і 216 готельних мереж), екскурсійних бюро, театрах та інших підприємствах культури, компаніях по здачі в оренду автомобілів (45 основних фірм прокату). Worldspan дозволяє також отримати всю необхідну довідкову інформацію, пов'язану з подорожами і туризмом. В даний час системою користуються більше 25 тис. Туристських фірм по всьому світу. Worldspan надає агентам можливість вибирати обладнання відповідно до їх запитами. На сьогоднішній день Worldspan забезпечує надійну і стійкий зв'язок з базою даних компанії через два варіанти підключення. Перший варіант - це виділений канал зв'язку British Telecom, що передбачає в якості умови підключення щомісячне бронювання 400 сегментів.
Galileo	Комп'ютерна система бронювання (CRS), що належить Travelport. Станом на 2000 рік вона мала 26,4% частки бронювання авіакомпаній у всьому світі. Крім бронювання авіаквитків, Galileo CRS також використовується для бронювання потягів, круїзів, авто прокату і готельних номерів. Система Galileo була перенесена з Денвера, штат Колорадо, в центр обробки даних Worldspan в Атланті, штат Джорджія, 28 вересня 2008 р. Після злиття в 2007 р. Travelport і Worldspan (хоча зараз вони мають один і той же центр обробки даних, вони продовжують працювати як окремі системи). Galileo підпорядковується Capps II та наступній програмі безпечного польоту для відбору пасажирів з профілем ризику.
Sabre	Комп'ютерна система бронювання, що забезпечує своїх користувачів найнадійнішою в галузі туристичною інформацією, а також даними про розклад, наявність місць, ціноутворення і правила авіакомпаній. Крім того, Sabreдає можливість бронювання та оформлення авіаквитків, посадкових талонів, маршрутів та інших перевізних документів

Джерело: [2]

Інформаційні технології у сфері туризму є комплексною системою методів та інструментів передачі та обробки інформації, що базується на використанні технічних засобів. Їх використання може включати у себе ефективне управління підприємствами туристичної галузі, зокрема в обслуговуванні клієнтів, взаємодії з постачальниками, посередниками, державними органами та встановленням партнерських відносин. Вплив

інформаційних технологій на сферу туризму проявляється на різних етапах створення та реклами туристичного продукту (рис. 1.1.)



Рисунок 1.1 Основні напрямки застосування інформаційних технологій в туризмі

Джерело: [1, с. 54]

Позитивний вплив інформаційних технологій на туристичний потік полягає в тому, що вони перетворюють галузь туризму, зорієнтовану на обслуговування організованих туристів, в багатогалузеву область діяльності, спрямовану на задоволення різноманітних потреб індивідуальних туристів. Незважаючи на широке впровадження інформаційних технологій, рівень їх використання вітчизняними підприємствами залишається обмеженим через:

- низький рівень розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури
- відсутність баз даних туристичного профілю в окремих регіонах країни
- обмежену інформацію та рекламу туристичного продукту на ринках
- обмежений розвиток віртуальних туристичних підприємств і відсутність державної електронної системи для оперативної надання інформації про попит, пропозицію, ціни та тарифи.

1.2 Види комунікацій в туризмі та особливості їх трансформацій в сучасних умовах

Комунікація відіграє основну роль в туризмі, особливо в міжнародному контексті. Це відноситься до туризму як до економічної (підприємницької) діяльності з надання послуг, так і до туризму як подорожі [3]. Ефективна система та висока якість комунікації вважаються необхідними умовами для сталого розвитку туризму, підвищення його стандартів і успішної діяльності туристичних компаній [4].

В області міжнародного туризму. Одним із ключових аспектів, що визначає успіх туристичної галузі, є здатність налагоджувати ефективні комунікаційні процеси. Це стосується як економічного аспекту туризму, який розглядається як сфера підприємницької діяльності у наданні послуг, так і самого туризму як важливої сфери подорожей [4].

У сучасному світі ефективна система та висока якість комунікацій вважаються необхідними умовами для забезпечення сталого розвитку туризму. Покращення комунікаційних процесів сприяє підвищенню стандартів обслуговування в галузі туризму та успішній діяльності туристичних компаній [5]. Це особливо важливо в контексті глобалізації, коли подорожі стають більш доступними, а ринки туристичних послуг взаємодіють на міжнародному рівні. У світлі цього важливо підкреслити роль ефективної комунікації як стратегічного інструменту для підтримки та розвитку туристичного сектора.

У контексті міжнародного туризму, де взаємодія між різними культурами та мовами стає нормою, роль комунікації є критичною для забезпечення позитивного враження від подорожі та задоволення потреб туристів. Високий рівень комунікації сприяє розумінню та взаємодії між туристами, туроператорами та іншими учасниками галузі.

Здійснення ефективної комунікації також є ключовим фактором для сталого розвитку туризму. Вона дозволяє вирішувати проблеми, пов'язані з

екологічним впливом туристичної діяльності, сприяє узгодженню стратегій розвитку місцевих спільнот та забезпечує ефективне управління туристичним потоком.

Також, у світлі зростаючої конкуренції в галузі туризму, де різноманітність послуг і пропозицій надається споживачам, комунікація виступає як інструмент для створення позитивного образу туристичного напрямку чи компанії. Посилення комунікаційних зусиль може впливати на формування у туристів певних уявлень про конкретний регіон чи підприємство, що може впливати на їхні вибори та рішення.

Отже, розвинена та ефективна система комунікації стає основою для розвитку туризму як галузі, спрямованої на задоволення потреб та очікувань різноманітних туристів у глобалізованому світі.

Поруч із тим, комунікація в туризмі виступає важливим елементом для вирішення проблем стосовно культурного розмаїття. Здатність ефективно спілкуватися допомагає враховувати та поважати різноманіття культурних поглядів та традицій, що, в свою чергу, сприяє створенню відкритого та взаєморозумілого туристичного середовища.

Ефективна комунікація також відіграє ключову роль у впровадженні стандартів сталого розвитку в туризмі. Вона сприяє усвідомленню та впровадженню принципів екологічно відповідальної та соціально прийнятної туристичної діяльності. Забезпечення високого рівня комунікації в цьому контексті сприяє побудові партнерських відносин між туристичними підприємствами, місцевими громадами та іншими зацікавленими сторонами.

Наприкінці, не можна недооцінити роль сучасних засобів комунікації, таких як соціальні мережі та мобільні додатки, у покращенні взаємодії туристів з послугами та дестинаціями. Це відкриває нові можливості для ефективної реклами, залучення уваги та отримання відгуків, що є важливими елементами для розвитку сучасного туристичного сектора.

Загалом, ефективна комунікація в туризмі стає ключовим елементом не лише для індивідуальних туристів, але і для туристичних компаній, місцевих

влад, та інших учасників галузі. Вона визначає не лише економічний успіх, але й впливає на сталість розвитку та сприяє збалансованому та взаємовигідному взаємодії всіх сторін у туристичній індустрії.

У контексті сучасних реалій глобального туризму, де вплив інформаційних технологій неабияк великий, важливо враховувати роль цифрової комунікації. Використання соціальних мереж, інтерактивних веб-сайтів та мобільних додатків розширює можливості взаємодії з туристами. Це не лише сприяє залученню уваги до конкретних туристичних напрямків, але й створює можливість для спрощення процесів планування подорожей та забезпечення туристів актуальною інформацією.

Засоби цифрової комунікації також відкривають шлях для взаємодії туристичних підприємств зі своєю аудиторією. Відгуки, рейтинги та фото- та відеоматеріали, розміщені в інтернеті, можуть впливати на уявлення та рішення потенційних туристів. Тому важливо для туристичних підприємств бути активними у цифровому просторі, відповідати на запитання та відгуки, підтримувати активну взаємодію для покращення якості послуг та задоволення потреб клієнтів.

Загалом, інтеграція ефективних стратегій комунікації, незалежно від їхнього формату, є важливою умовою для сталого розвитку туризму. Вона не лише впливає на конкурентоспроможність та успішність бізнесу в галузі, але і формує сприятливий образ країни чи регіону на міжнародній арені.

Загалом, комунікація в туризмі не тільки визначає економічний успіх та конкурентоспроможність, але й впливає на соціокультурний аспект подорожей. Забезпечення ефективного обміну інформацією та розумінням між різними сторонами сприяє створенню позитивного та взаємовигідного туристичного середовища, що сприяє загальному розвитку та збереженню цінностей туризму у сучасному світі.

Крім того, розгортання ефективних комунікаційних стратегій в туризмі може виявитися важливим чинником для вирішення соціальних питань, пов'язаних із туристичною діяльністю. Включення місцевих громад та

сприяння їхньому активному участю в туристичному процесі через ефективний обмін інформацією може допомогти зменшити соціальні нерівності та забезпечити взаємне збагачення.

Засоби комунікації також можуть відігравати важливу роль у формуванні позитивного іміджу та бренду для конкретного туристичного напрямку чи країни. Сприяння розповсюдженню позитивних історій, вражень та рекомендацій через соціальні мережі та інші медіа може значно вплинути на перцепцію місцевості серед потенційних туристів.

Важливо також враховувати, що двостороння комунікація, тобто обмін інформацією між туристами та місцевими жителями, може сприяти розумінню та адаптації обох сторін, знижуючи культурні та мовні бар'єри.

Отже, комунікація в туризмі має багатогранний вплив і визначає різні аспекти його функціонування, включаючи економічний, екологічний, соціальний та культурний виміри. Сучасні технології та засоби комунікації відкривають нові можливості для покращення взаємодії та збереження сталого розвитку туризму.

Важливим аспектом сучасних комунікацій в туризмі є також використання аналітичних інструментів та збору даних для зрозуміння попиту та поведінки туристів. Аналіз соціальних мереж, відгуків та інших джерел інформації дозволяє туристичним компаніям та дестинаціям адаптувати свою стратегію, враховуючи очікування та потреби клієнтів.

Отже, сучасні тенденції у комунікаціях в туризмі включають в себе інтеграцію технологій, аналіз даних, залучення аудиторії за допомогою віртуальної реальності, а також акцент на сталість та екологічну відповідальність. Ці аспекти сприяють покращенню взаєморозуміння та співпраці між різними учасниками туристичного процесу.

З зглибленням цифровізації та використанням інтернет-технологій зросла роль онлайн-комунікацій. Туристичні агентства, готелі та інші учасники галузі почали активно використовувати електронні канали для

спілкування з клієнтами. Від віртуальних консультацій до онлайн-продажів, інтернет-комунікації стали ключовим інструментом взаємодії з аудиторією.

Туристичні компанії швидко адаптувалися до змінених умов, впроваджуючи цифрові інструменти для збереження зв'язку з клієнтами. Від віртуальних турів та відеопрезентацій до інтерактивних онлайн-платформ для планування подорожей, бізнес почав використовувати технології для утримання інтересу споживачів.

Умови пандемії підкреслили важливість Customer Relationship Management (CRM) стратегій. Виробники туристичних послуг стали активно використовувати CRM-системи для індивідуалізації сервісу, врахування особистих уподобань та забезпечення персоналізованого підходу до клієнтів через віртуальні канали.

Зі зростанням популярності онлайн-комунікацій збільшилася і кількість запитань та звернень від клієнтів. Туристичні агентства повинні ефективно використовувати ці платформи для вирішення питань, надання консультацій та забезпечення якісного обслуговування.

Це призвело до зростання ролі соціальних мереж у сучасному туристичному бізнесі. Споживачі віддають перевагу взаємодії з марками через соціальні мережі, де вони можуть не лише отримувати інформацію, але й ділитися своїми враженнями, думками та запитаннями. Такий двосторонній обмін інформацією стає важливим для побудови довгострокових відносин із клієнтами.

Сучасні туристичні бізнеси активно адаптуються до цих нових реалій, використовуючи Customer Relationship Management (CRM) системи. CRM дозволяє відстежувати та аналізувати взаємодію з клієнтами через соціальні мережі. Вони використовують дані з профілів користувачів для створення персоналізованих пропозицій, спеціальних промо-акцій та інших індивідуально підготовлених послуг.

Можливості Інтернет-комунікацій у формуванні, просуванні і реалізації туристичного продукту є безмежними. Цифрові платформи дозволяють туристичним компаніям:

- віртуальні тури та презентації, а саме створення віртуальних турів, які дозволяють потенційним клієнтам відчувати атмосферу місць призначення перед тим, як вони зобляють рішення про подорож.

- спілкування в режимі реального часу: передбачає використання чатів, онлайн-консультацій та відео-зустрічей для відповіді на запитання та надання консультацій у режимі реального часу.

- реклама та просування, а саме, використання цифрової реклами та контент-маркетингу для залучення уваги та розповсюдження інформації про туристичний продукт.

- збір та використання відгуків, передбачає залучення клієнтів до залишення відгуків через соціальні мережі, що дозволяє створити позитивний образ бренду та залучити нових клієнтів.

Важливо також враховувати активну роль соціальних мереж у формуванні іміджу бренду. Взаємодія з клієнтами через платформи, такі як Instagram, Facebook, і Twitter, дозволяє підтримувати позитивне сприйняття бренду та взаємодіяти з аудиторією в неформальній обстановці. Додатково, з урахуванням високого впливу відеоконтенту, важливим елементом комунікації стає створення відеоматеріалів. Віртуальні тури, відеоогляди готелів та місць відпочинку можуть значно покращити враження клієнтів та збільшити їхню зацікавленість.

Усі ці аспекти стають частинами інтегрованого підходу до використання Інтернет-комунікацій у туристичному бізнесі, спрямованого на підтримку і розвиток відносин з клієнтами, ефективне просування та реалізацію туристичного продукту в умовах сучасного, динамічного ринку.

Взаємодія в туристичному секторі може бути представлена різними етапами та точками комунікацій між різними учасниками. Нижче

представлена схема, що відображає ключові етапи та точки комунікацій в туризмі (рис. 1.2).

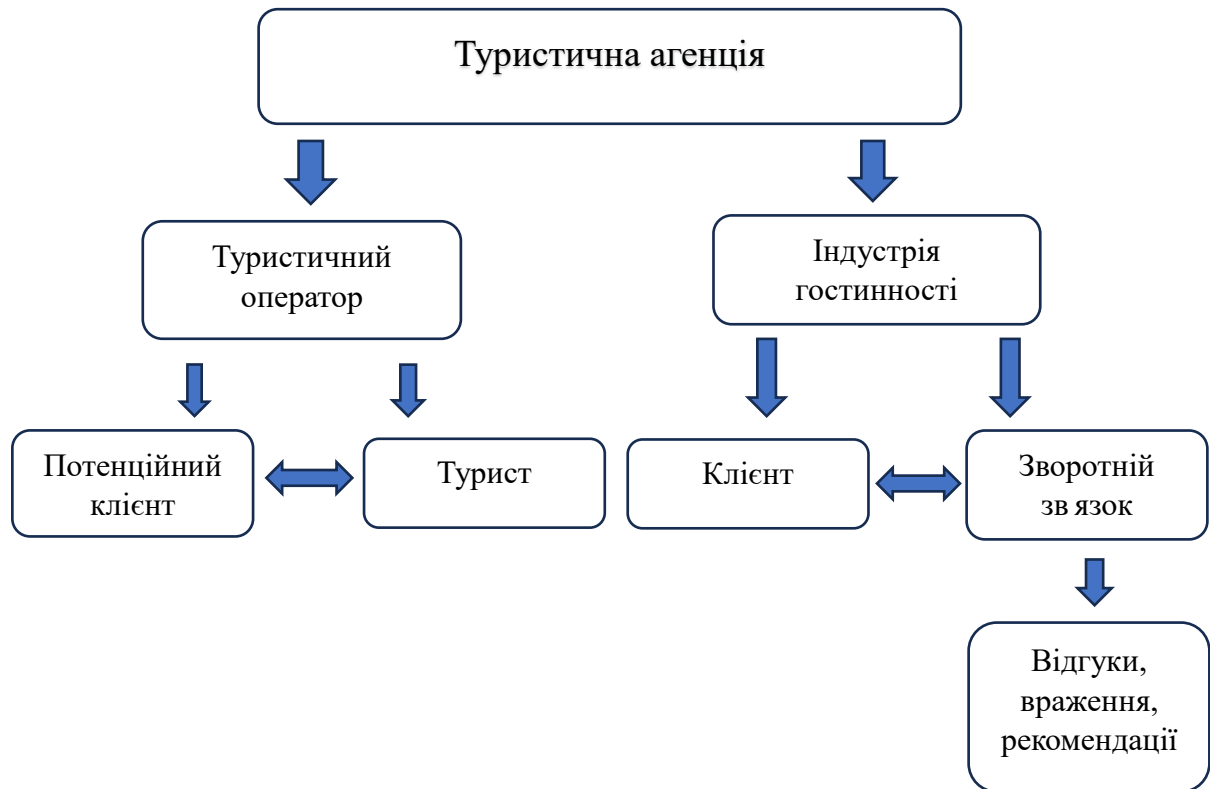


Рисунок 1.2 Взаємодія між різними учасниками сфери туризму

Джерело: [побудовано автором]

Детальний аналіз особливостей взаємодії між різними учасниками сфери туризму дозволяє об'єктивізувати області затребуваності використання інформаційних технологій у індустрії туризму:

- «туристична агенція – потенційний клієнт»: у цій взаємодії важливо звернути увагу на маркетинг та рекламу, які залучають увагу потенційних клієнтів та стимулюють їхній інтерес до турпродуктів;
- «туристична агенція – туристичний оператор»: комунікація на цьому етапі спрямована на планування і організацію подорожей, включаючи вибір турів, транспорт, проживання і т.п.;
- «туристична агенція – індустрія гостинності»: ця взаємодія орієнтована на забезпечення якісного обслуговування та сприяння комфортному перебуванню туристів;

- «туристична агенція – клієнт (Feedback)»: взаємодія забезпечує механізм для отримання відгуків, рецензій та рекомендацій від клієнтів, що дозволяє агенції покращувати свої послуги.

Кожна точка взаємодії має свої особливості та важливість для створення повноцінного туристичного досвіду. Загалом, інноваційні підходи до комунікацій в туризмі сприяють створенню глибокого та значущого зв'язку між усіма сторонами цього екосистемного процесу. Це дозволяє туристичним агенціям не лише виходити на новий рівень обслуговування, але й зберігати конкурентні переваги в динамічному та змінному світі туризму.

Завершуючи, можна сказати, що успішні комунікації в туризмі не лише сприяють ефективній взаємодії між усіма учасниками галузі, але й створюють сталі узори споживання, формуючи позитивне сприйняття та розвиваючи туризм як соціокультурне явище. Здатність до адаптації до нових технологій та врахування сучасних тенденцій у комунікаціях визначатиме успіх та стійкість туристичної галузі у майбутньому.

1.3 Вплив сучасних інформаційних технологій на діяльність туристичної агенції

У зв'язку із швидким розвитком інформаційних технологій неможливо не відзначити зміни які настали. Глобальна комп'ютеризація впливає не лише на загальне життя, але й на проведення бізнесу, включаючи туризм. Навички роботи з інформацією, її збирання та обробка, а також ухвалення рішень на її основі, є важливою основою для успішного управління туристичним бізнесом. Вплив інформаційних технологій на розвиток туризму досить великий, оскільки він пов'язаний із ефективністю роботи як окремих туристичних операторів, так і всього туристичного бізнесу взагалі. Це впливає на конкурентоспроможність підприємства на ринку.

На сьогоднішній день неможливо уявити діяльність туристичного підприємства без використання Інтернету. Ця мережа широко використовується у всіх бізнес-процесах, починаючи від пошуку та привертання клієнтів і закінчуючи формуванням туристичного продукту. Використання Інтернету в сфері туризму включає різні напрямки, такі як:

- відкритий доступ до сучасних комунікаційних систем
- можливість створення внутрішньо корпоративних систем
- бронювання турів в Інтернеті
- отримання довідкової інформації щодо цін, тарифів, країн тощо.

Використання інформаційних технологій у туристичних підприємствах надає підприємцям і маркетологам можливість досліджувати нові можливості туристичного ринку та вивчати різні його сегменти, враховуючи зростаючу роль інформаційних технологій у туристичному бізнесі. З цією метою була створена Асоціація сприяння туристичним технологіям (АСТТ), яка об'єднує розробників технологій для підготовки учасників туристичного ринку до використання сучасних засобів управління бізнесом:

- впровадження автоматизаційних засобів, що значно скорочують період менш продуктивного використання часу, який є основним джерелом незадоволення для інтелектуальних працівників
- залучення потенційних користувачів до участі у виборі та розробці нових автоматизованих рішень, враховуючи їхні пропозиції
- відмова від прагнення до негайного схвалення нових інструментів та відповідних переміщень персоналу, що може викликати зниження рівня допоміжних служб
- впровадження в першу чергу легких прикладних задач з обов'язковим проведенням інтенсивного курсу навчання майбутніх користувачів

У зв'язку зі стрімким розвитком інформаційних технологій, не можна не відзначити тих змін, які вони призвели. Глобальна комп'ютеризація впливає не лише на загальне життя, але і на ведення бізнесу, зокрема в галузі

туризму. Навички роботи з інформацією, її збирання та обробка, а також прийняття рішень на її основі, є ключовими для успішного управління туристичним бізнесом. Вплив інформаційних технологій на розвиток туризму є значущим, оскільки він пов'язаний з ефективністю роботи як окремих туристичних операторів, так і всього туристичного бізнесу загалом. Це впливає на конкурентоспроможність підприємства на ринку.

На сьогоднішній день неможливо уявити діяльність туристичного підприємства без використання Інтернету. Ця мережа широко використовується у всіх бізнес-процесах, включаючи пошук та привертання клієнтів і формування туристичного продукту. Використання Інтернету в сфері туризму включає різні напрямки, такі як відкритий доступ до сучасних комунікаційних систем, можливість створення внутрішньо корпоративних систем, бронювання турів онлайн та отримання інформації про ціни, тарифи та країни.

Впровадження комп'ютерних інформаційних технологій в туристичних підприємствах призводить до значної економії часу фахівців. Щоб відчутти реальний ефект від економії часу, необхідно перетворити його в досягнення конкретних цілей, які вже визначені загальною стратегією підприємства.

Зокрема, впровадження автоматизаційних засобів дозволяє значно скоротити період менш продуктивного використання часу, який часто стає джерелом незадоволення для інтелектуальних працівників. Залучення потенційних користувачів до участі в обранні та розробці нових автоматизованих рішень є важливим етапом, що дозволяє враховувати їхні потреби та пропозиції.

Підприємства також повинні утриматися від негайного схвалення нових інструментів та відповідних переходів персоналу, оскільки це може призвести до зниження рівня допоміжних служб. Однак важливо зазначити, що впровадження технологій не повинно бути відкладеним процесом. Важливо ставити пріоритети та впроваджувати спочатку легкі прикладні завдання, проводячи при цьому інтенсивне навчання майбутніх користувачів.

Результатом впровадження інформаційних технологій в туристичних підприємствах є не лише збереження часу, але і оптимізація бізнес-процесів, підвищення конкурентоспроможності та здатність адаптуватися до змін на ринку. Поступова інтеграція технологій дозволяє досягти не тільки ефективності в роботі, але і підвищити задоволення клієнтів, що є одним із ключових аспектів успішного туристичного бізнесу в умовах сучасного світу.

Важливим висновком з впровадження інформаційних технологій у туристичних підприємствах є також можливість вивчати нові можливості туристичного ринку та різні його сегменти. За допомогою аналітичних інструментів, які надають комп'ютерні системи, підприємці та маркетологи можуть здійснювати дослідження та визначати тенденції у споживчому попиті, перевіряти ефективність рекламних кампаній, а також адаптувати свою стратегію відповідно до змін у попиті та поведінці клієнтів.

Крім того, відзначається, що впровадження інформаційних технологій в туристичному секторі призводить до збільшення конкурентоспроможності підприємств на ринку. Можливість взаємодії з клієнтами через Інтернет, здійснення онлайн-бронювань та надання докладної інформації про послуги дозволяє турфірмам ефективніше конкурувати та привертати нових клієнтів.

У кінцевому результаті, інформаційні технології стають необхідним елементом сучасного туристичного бізнесу, що не тільки сприяє покращенню ефективності операцій, але й відкриває нові перспективи для розвитку та залучення аудиторії.

Внаслідок цього, технологічні інновації не тільки оптимізують внутрішні процеси туристичних підприємств, а й сприяють створенню нових інтерактивних інструментів для спілкування з клієнтами. Це включає в себе не лише віртуальні тури та онлайн-бронювання, але і використання аналітичних даних для персоналізації пропозицій та пристосування їх до індивідуальних потреб кожного клієнта.

Також, інформаційні технології дозволяють туристичним підприємствам швидше реагувати на зміни в зовнішньому середовищі та

адаптувати свої стратегії під нові реалії ринку. Це особливо важливо в умовах швидких технологічних та соціокультурних змін, які визначають сучасну туристичну індустрію.

Однією з ключових переваг використання інформаційних технологій у туризмі є також можливість розширення географії обслуговування та залучення аудиторії з усього світу. Інтернет дозволяє туристичним фірмам ефективно комунікувати та пропонувати свої послуги глобальному споживачеві, відкриваючи нові ринки та розширюючи бізнес-можливості.

Загалом, інформаційні технології стали невід'ємною частиною успішної стратегії туристичних підприємств, допомагаючи їм адаптуватися до сучасних викликів, підвищувати конкурентоспроможність та створювати більш персоналізовані та зручні для клієнтів пропозиції. Крім того, інформаційні технології стимулюють інновації у туристичній галузі. Запровадження нових технологій, таких як розширена реальність (Augmented Reality), віртуальна реальність (Virtual Reality), штучний інтелект (Artificial Intelligence) та інші, дозволяє створювати унікальні та захоплюючі туристичні експерієнції.

Наприклад, технологія розширеної реальності може використовуватися для створення інтерактивних екскурсій, де туристи можуть взаємодіяти з віртуальними об'єктами та отримувати додаткову інформацію про історію та культуру місцевості. Віртуальна реальність може надавати можливість віртуальних подорожей або відвідування місць, які в реальності важко доступні.

Штучний інтелект може використовуватися для аналізу великих обсягів даних про поведінку туристів та попередження про тенденції ринку. Це дозволяє туристичним фірмам адаптувати свої пропозиції до змінних потреб споживачів та забезпечує більш ефективне управління бізнес-процесами.

Загалом, інформаційні технології перетворюють туристичну індустрію, забезпечуючи не тільки оптимізацію операцій, але й створюючи нові можливості для творчості та інновацій у сфері послуг для подорожей.

У результаті вдосконалення інформаційних технологічних систем виникли суттєві аспекти, які мали можливість змінювати різні компоненти у ланцюзі туристичного постачання. Центральні системи бронювання готелів, програми бухгалтерського обліку та послуги з управління дохідністю, що дають змогу постачальникам власників житлових приміщень порівнювати прогнозований попит із фактичним, системи бронювання транспорту в Інтернеті – це деякі приклади цих переваг, які стали можливими завдяки створенню сучасного програмного забезпечення.

Отже, інформаційні технології продовжують трансформувати туризм, розширюючи його можливості та роблячи його більш демократичним та сталим. Цей поєднаний вплив сприяє розвитку індустрії та забезпечує задоволення від подорожей для різних шарів населення у всьому світі.

У цілому, інформаційні технології стають невід'ємною частиною сучасної туристичної індустрії, прискорюючи розвиток та надаючи безліч можливостей для подорожей. За допомогою цих технологій туристи можуть не лише швидше та зручніше планувати свої подорожі, але й насолоджуватися персоналізованим та неповторним досвідом.

2 Аналіз використання сучасних інформаційних технологій у «Анекс тур» (ФОП ЮРЧУК О.А.)

2.1 Характеристика організаційно-економічної діяльності «Анекс тур» (ФОП ЮРЧУК О.А.)

Туристичної агенція «Анекс тур» (ФОП ЮРЧУК О.А.) розпочала свою діяльність у 2015 році і за цей час сформувала вагому клієнтську базу за рахунок налагодження ефективної взаємодії із туристичним оператором «Анекс тур». Зауважимо, на сьогодні у місті Хмельницькому діють три представництва «Анекс тур», звернувшись до кожного з яких, клієнт може бути впевнений у якості отримання послуг, кваліфікованості працівників агенції, їх зацікавленості у потребах клієнта (рис. 2.1).



Рисунок 2.1 Місце розташування туристичної агенції «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.)

Основним КВЕД «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.) є 79.11 «Діяльність туристичних агентств», що дозволяє підприємству заключати договори з туристичними операторами.

Головне завдання туристичної агенції «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.) - надання якісних туристичних послуг клієнтам з різними побажаннями та можливостями завдяки налагодженій співпраці із туристичним оператором,

що дозволяє пропонувати широкий спектр пропонованих туристичних послуг.

Відмітимо, туристичний оператор «Анекс тур» налагодив співпрацю із різними авіакомпаніями, а також компаніями, які зустрічають туристів в місцях їх прибуття, страховими фірмами, банками і т.п. Туристична агенція «Анекс тур» співпрацює з найбільшими авіакомпаніями України і не тільки, тому завжди зможе посприяти в бронюванні та купівлі квитків на рейси. Це можуть бути як регулярні рейси, так і чартерні. Звернувшись до даного туроператора, клієнт може бути на 100% впевнений в тому, що для нього знайдеться місце на борту літака. Крім цього, «Анекс тур» надає послуги бронювання номерів в готелях, оформлення документів і багато інших.

Від агенції можна замовити якісний пляжний відпочинок, екскурсійні поїздки і багато інших турів серед неймовірного їх різноманіття. Найбільш популярними напрямками серед українських «любителів» відпочинку напрямками є: Єгипет, Туніс, Туреччина, Болгарія, Об'єднані Арабські Емірати, Греція.

Оператор пропонує добре відпрацьовані схеми маршрутів перельоту, величезний вибір готелів і супутні послуги (послуги гіда, трансфер в аеропорт та з нього, груповий або індивідуальний трансфер та багато інших послуг) в залежності від «гаманця» бажаючих відпочити.

Більш вимогливим клієнтам туроператор «Анекс тур» пропонує поїздки в більш екзотичні куточки планети: Індонезія, Таїланд, Куба, Шрі-Ланка та багато інших напрямлень на будь-який смак.

Більш економні мандрівники можуть купити гарячі тури «Анекс тур», а для тих, які звикли відпочивати розкішно, знайдеться чимала кількість унікальних пропозицій з проживанням в найвідоміших готелів категорії преміум.

Про комфорт і безпеку туристів турбуються представники авіакомпанії під час польоту, працівники трансферної служби по дорозі з аеропорту в готель і назад. Також в готелях працюють представники туроператора, які не

тільки пропонують різноманітні екскурсії, але завжди готові надати інформаційну підтримку або допомогу в рішенні будь-яких проблем, що виникли. У путівці, сформованій «Анекс тур», обов'язково передбачена страховка, що включає безкоштовне медичне обслуговування за кордоном, в разі необхідності.

Перевагами туроператора «Анекс тур» є:

- постійне впровадження нових технологій в сфері туризму;
- великий спектр пропонованих послуг;
- професійна команда досвідчених гідів;
- високий рівень обслуговування;
- забезпечення максимального комфорту для туристів.

Турагенція постійно розвиває нові напрямки та постійно прагне підвищувати якість своєї роботи. Своєчасно інформує постійних клієнтів і агентів про новини сфери туризму, готелів, акції та інші важливі події.

Велику увагу керівництво агенції приділяє комфорту та безпеці своїх туристів. Співробітники компанії постійно працюють над відкриттям нових унікальних напрямків для туристів, укладаючи ексклюзивні договори з готелями і приймаючими структурами по всьому світу

Аналіз техніко-економічних показників діяльності туристичної агенції «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.) дозволяє проаналізувати основні економічні параметри функціонування підприємства, а також виявити можливі резерви до економічного зростання в майбутньому. Зазначимо, період 2020-2022 рр. був досить складним для усіх учасників індустрії туризму у світі внаслідок негативного впливу пандемії COVID-19, що призвело до запровадження урядами багатьох країн світу значних обмежень щодо пересування громадян як в середині країн, так і між ними (рис. 2.2). Як видно з інформації рис. 2.2 у 2020 р. кількість міжнародних туристичних прибуттів в окремі місяці зменшилась на 90 % в порівнянні із відповідними місяцями 2019 р. Протягом 2021-2022 р. міжнародний ринок туристичних послуг поступово

відновлювався, проте, для вітчизняної індустрії туризму з'явилися більш серйозні загрози внаслідок військової агресії РФ проти України.

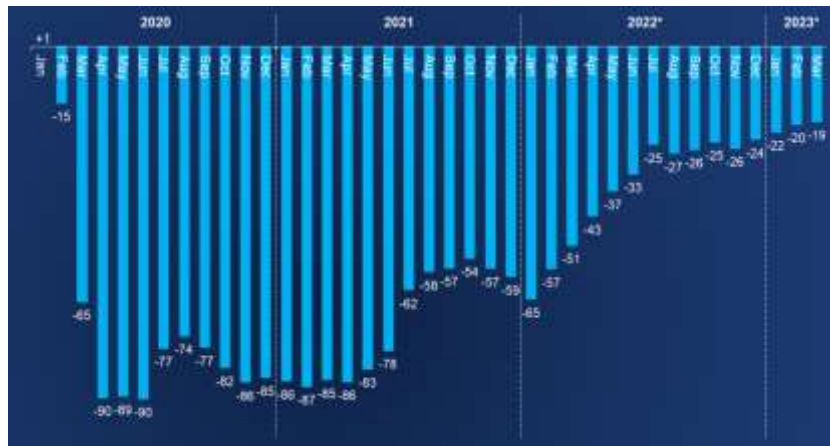


Рисунок 2.2 Динаміка показника «кількість міжнародних туристичних прибуттів» протягом 2020-2022 рр.

Джерело: [19]

Зазначимо, «внаслідок значної глобалізації та особливостей функціонування вітчизняних туристичних агенцій, які спеціалізуються на виїзному туризмі, показники їх економічної активності показують високий рівень кореляції із міжнародними трендами (2020-2021 рр.) з врахуванням негативного впливу на вітчизняний ринок туристичних послуг військової агресії РФ у 2022 р. Зокрема, значно зменшилась кількість подорожуючих за кордон українців, що зумовило зниження економічної активності туристичних агенцій та погіршення їх фінансових показників (табл. 2.1)».

Таблиця 2.1 – Основні показники діяльності туристичної агенції «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.)

Показник	Одиниця виміру	Рік			Темп зростання (падіння), %	
		2020	2021	2022		
1. Обсяг наданих послуг	тис. грн	860	1640	780	190,70	47,56
2. Середньооблікова чисельність працівників	осіб	2	3	2	150,00	66,67
3. Середньорічний виробіток одного працівника	тис. грн	430	546,7	390	127,13	71,34
4. Середньорічна вартість основних фондів	тис. грн	180	175	160	97,22	91,43
5. Фондовіддача	грн	4,8	9,4	4,9	196,15	52,02

Джерело: розрахунки зроблено автором на підставі даних туристичної агенції

Зменшення загальної кількості подорожуючих за кордон зумовлено наступними чинниками:

- погіршення економічної ситуації в Україні;
- заборона на виїзд за кордон військовозобов'язаних чоловіків;
- відсутність авіасполучення.

Тож, внаслідок дії цих чинників, відбулись відповідні трансформації економічних показників вітчизняних туристичних агенцій. Зокрема, з інформації табл. 2.1 можна зробити висновки, що обсяг наданих послуг туристичної агенції «Анекс тур» (туристичної агенції «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.) мав зростаючу динаміку у 2021 р. порівняно із показниками 2020 р. (темпи росту по відношенню до 2020 р. склали 190,70%). Відмітимо, така динаміка корелюється із загальною кількістю вітчизняних туристів, які користувались послугами туристичного оператора «Анекс тур» в Україні протягом 2020-2021 рр., а саме: 1123538 осіб у 2021 р. та 511910 осіб у 2020 р [21]. Проте, внаслідок військової агресії РФ на початку 2022 р. відбулось значне падіння обсягів наданих послуг, зокрема, у 2022 р. він склав 780 тис. грн, що склало 47,56 % показника 2021 р.. [20]

Таким чином, найбільш успішним за аналізований період є 2021 р., для якого характерні максимальні значення економічних результатів функціонування туристичної агенції «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.) (рис. 2.3).

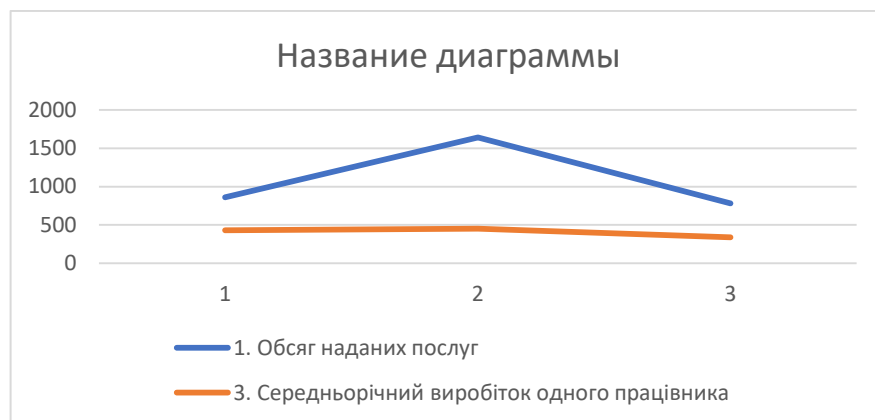


Рисунок 2.3 Динаміка обсягу наданих послуг та середньорічного виробітку

Джерело: розрахунки зроблено автором на підставі даних туристичної агенції

Туристична агенція «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А) здійснює підприємницьку діяльність як фізична особа-підприємець із залученням найманих працівників. У 2020 р. чисельність персоналу складала 2 особи, в 2021 р. у зв'язку із збільшенням кількості клієнтів було оформлено ще одного менеджера з туризму для надання відповідних послуг, проте, в 2022 р. внаслідок зменшення економічної активності працювало лише дві особи.

В цілому, внаслідок професійної роботи керівника туристичної агенції у кризові періоди щодо оптимізації витрат, «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А) є прибутковим та розробляє напрями подальшої роботи у 2024 р. з врахуванням існуючих загроз та обмежень.

Зауважимо, «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А) працює згідно агентської угоди із туристичним оператором «Анекс тур» та реалізує тури за комісійну винагороду, визначену агентським договором. Зазначимо, «Анекс тур» є одним з лідерів з організації відпочинку на курортах Туреччини, Єгипту, Іспанії, Болгарії, Андорри, Тунісу, Греції, Таїланду, Домініканської Республіки, Шрі-Ланки.

Одним з етапів аналізу особливостей організації обслуговування туристів є виявлення країн, які є найбільш популярними серед клієнтів «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А) (табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – Динаміка реалізованих туристичних продуктів за країнами

Країна	Од. виміру	2020	2021	2022	Темпи росту, %	
					2021/2020	2022/2021
Туреччина	тис. грн	575	920	265	160,0	28,8
Єгипет	тис. грн	124	180	68	145,2	37,8
Болгарія	тис. грн	36	56	150	155,6	267,9
Іспанія	тис. грн	50	85	0	170,0	-
Греція	тис. грн	0	210	130	-	61,9
Інші	тис. грн	75	189	167	252,0	88,4
Разом	тис. грн	860	1640	780	190,7	47,6

Джерело: розрахунки зроблено автором на підставі даних туристичної агенції

З інформації табл. 2.2 можна зробити висновки, що динаміка обсягів реалізованих туристичних продуктів за країнами була різною. Зокрема, якщо

в 2021 р. спостерігається значне зростання проданих туристичних продуктів за усіма країнами в порівнянні із 2020 р, то в 2022 р. – позитивна динаміка реалізованих туристичних продуктів зберіглась лише в Болгарію. Також, слід відмітити достатньо суттєве зростання (темпи росту 252,0 %) у 2021 р. обсягів реалізації в інші країни (Туніс, Таїланд, Домініканська Республіка). Щодо структури проданих туристичних продуктів, то тут слід відмітити також значні трансформації попиту (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Розподіл реалізованих туристичних продуктів за країнами

Країна	2020		2021		2022	
	тис. грн.	питома вага, %	тис. грн.	питома вага, %	тис. грн.	питома вага, %
Туреччина	575	66,9	920	56,1	265	33,9
Єгипет	124	14,4	180	11,0	68	8,7
Болгарія	36	4,2	56	3,4	150	19,2
Іспанія	50	5,8	85	5,2	0	0,00
Греція	0	0,0	210	12,8	130	16,6
Інші	75	8,7	189	11,5	167	21,4
Разом	860	100,0	1640	100,0	780	100,0

Джерело: розрахунки зроблено автором на підставі даних туристичної агенції

З інформації табл. 2.2 можна зробити висновки, що в 2020 та 2021 рр. найбільшу частку в структурі обсягу реалізованих туристичних продуктів займала Туреччина (66,9 % в 2020 р. та 56,1 % в 2021 р.). В 2022 р. структура обсягу реалізації туристичних продуктів зазнала істотних змін, зокрема, частка Туреччини знизилась до 33,9 % , а також істотно зросла частка Болгарії (з 3,4 % в 2021 р. до 19,2 в 2022 р) та інших напрямів(рис. 2.4).

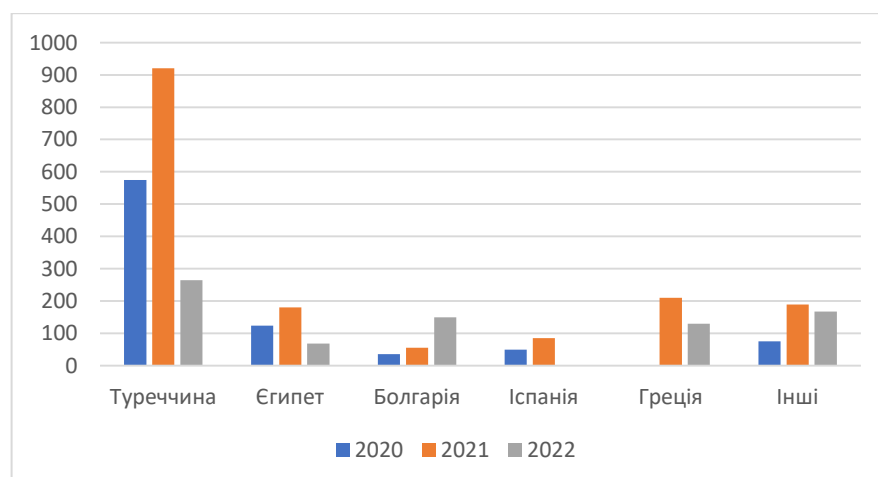


Рисунок 2.4 Динаміка обсягу наданих послуг та середньорічного виробітку

Джерело: розрахунки зроблено автором на підставі даних туристичної агенції

Зазначимо, всі ці напрямки націлені на виконання головних функцій «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А) – якісне обслуговування туристів, набуття постійної клієнтської бази, а також забезпечення стійкого економічного розвитку і конкурентної позиції на ринку туристичних послуг міста Хмельницького та Хмельницької області. Ця робота ведеться постійно і є безперервним циклом діяльності туристської агенції

Одним з етапів аналізу функціонування туристичної агенції на ринку туристичних послуг є SWOT-аналіз, що може дати розуміння внутрішніх і зовнішніх факторів, які можуть впливати на її ефективність на ринку туристичних послуг (рис. 2.4).

Таблиця 2.4 SWOT-аналіз туристичної агенції «Анекс тур» (ФОП Юрчук Ю.А)

Переваги	Недоліки
<p><i>Зручне розташування в центрі міста</i> : забезпечує високий рівень доступності для клієнтів і забезпечує їм зручний доступ до послуг агенції, підсилює видимість бізнесу, сприяє привертанню пішоходів і проходженню туристичного потоку</p> <p><i>Не великий штат працівників</i> : сприяє тому, що агенція може швидко реагувати на зміну попиту на туристичному ринку, Може швидше приймати рішення та виконувати завдання.</p> <p><i>Популярність імені</i>: має значну роль у залученні клієнтів та їх довіри до агенції</p>	<p><i>Військовий стан</i> : який має великий вплив на кількість туристів : у зв'язку із військовим станом, велика кількість туристів та молоді немає можливості виїхати за кордон у зв'язку із встановленими обмеженнями</p> <p><i>Недостатньо активне просування туристичного продукту</i> : ФОП Юрчук Ю.А не активно просуває послуги через соціальні мережі, рекламу та різні інформаційні ресурси</p> <p><i>Відсутність відділу маркетингу</i> : у зв'язку із відсутністю відділу маркетингу, просування туристичного продукту має займатися директор туристичної агенції або інші працівники.</p>
Можливості	Загрози
<p><i>Можливість розширення маршрутів туристичних послуг</i> : дозволить залучити нових клієнтів</p> <p><i>Розширення бази партнерів з-за кордоном</i>: дозволить туристичній агенції (ФОП Юрчук Ю.А) розширити обсяг послуг які агенція надає, розширить географію турів та підвищить довіру клієнтів.</p> <p><i>Можливість орієнтації клієнтів на внутрішній ринок</i>: на період військового стану агенція може орієнтуватися на внутрішній ринок в тому числі у зв'язку із складністю виїзду з-за кордон певних категорій туристів</p>	<p><i>Зниження кількості платоспроможних громадян</i> : може призвести до зменшення попиту на різноманітні туристичні послуги, що може негативно вплинути на обсяг продажу турів.</p> <p><i>Велика кількість конкурентів</i> : призводить до пошуку унікальності у запропонованих турах, репутація та відгуки для агенції стають критично важливими ,</p>

Джерело: побудовано автором

З інформації табл. 2.4 можемо зробити висновки, що для туристичної агенції «АНЕКС ТУР» (ФОП Юрчук Ю.А) основним викликом військовий стан в країні, що зумовлює значне падіння попиту на виїзний туризм внаслідок існуючих економічних, соціальних та політичних обмежень.

2.2 Аналіз використання інформаційних технологій в процесі планування та організації подорожей

Одним з етапів вдосконалення і визначення перспектив використання сучасних інформаційних технологій в сфері туризму є аналіз сучасного стану використання інформаційних технологій в процесі планування та організації подорожей. В сучасних умовах існує значна кількість інформаційно-технічних рішень щодо підвищення зручності подорожей. Зокрема, такі навігаційні додатки, такі як Google Maps і Waze, можуть розробляти маршрути в реальному часі, допомагаючи мандрівникам орієнтуватися на незнайомих територіях. Програми для обміну поїздками, такі як Uber і Lyft, пропонують зручний місцевий транспорт, а програми авіакомпаній спрощують досвід польоту за допомогою таких функцій, як цифрові посадкові талони.

В контексті бронювання, значного поширення набули онлайн-туристичні агентства (ОТА) і платформи розміщення спрощують процес бронювання. Подорожуючі можуть легко порівнювати ціни, читати відгуки та бронювати авіаквитки, готелі та орендувати автомобілі. Такі інструменти, як TripIt, допомагають консолідувати маршрути подорожей, забезпечуючи організоване та ефективне планування подорожей. Зазначимо, в 2021 р. в Україні на замовлення Державного агентства розвитку компанією «Хьюмен Ресерч» було проведено дослідження «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців», метою якого було дослідження

особливостей подорожей внутрішніх та виїзних туристів, пов'язаних з подорожами Україною та за кордоном [14].

За результатами цього дослідження можна зробити висновки, що переважна більшість подорожуючих користується певними інформаційними технічними інструментами (додатками, сервісами, інтернет джерелами тощо) (рис. 2.5).

Найчастіше з метою організації та планування подорожі подорожуючі користуються сервісом Booking (41%), а також засобами навігації в мобільних пристроях (Google Maps, Waze тощо) для орієнтації на місцевості (20%). Найбільш популярними соціальними мережами, що використовуються в якості інструмента планування та організації подорожі є Facebook та Instagram.



Рисунок 2.5 – Інструменти планування та організації подорожі

Джерело: [11].

Втім більшість туристів, які вказали, що соціальні мережі використовуються ними для планування подорожі, не можуть конкретизувати, які саме соціальні мережі вони мали на увазі (2.6).

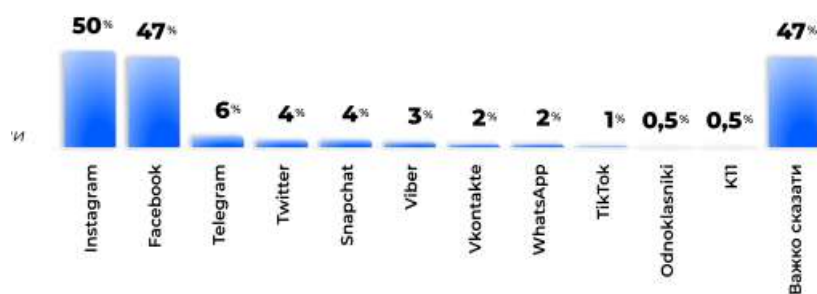


Рисунок 2.6 – Соціальні мережи, як інструмент планування та організації подорожі

Джерело: [11]

Основним інструментом орієнтування у містах безпосередньо під час подорожі є GPS-навігатори та карти, на кшталт Google Maps, MapsMe, Waze тощо. Такі додатки та сервіси використовує більше половини туристів (57%), які приїжджають до України. Кожен п'ятий турист (22%) питає порад у друзів, родичів, знайомих. Приблизно кожен десятий (11%) звертається по допомогу до місцевих жителів (якщо відсутній мовний бар'єр) (рис. 2.7).

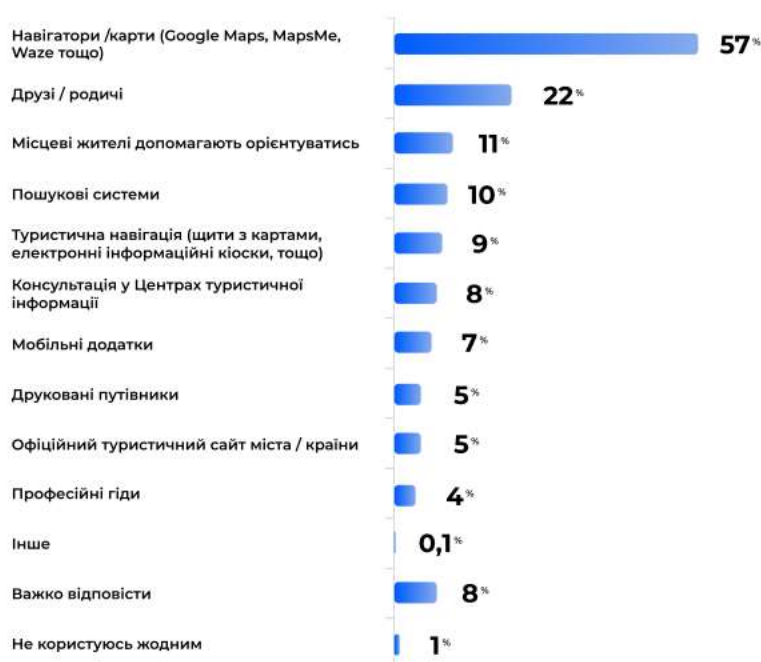


Рисунок 2.7 – Інформаційно-технічні інструменти орієнтування на місцевості

Отже, розвиток інформаційних технологій істотно змінив підходи до планування і організації подорожей. В сучасних умовах платформи соціальних мереж, туристичні блоги та програми відіграють ключову роль у надиханні та скеруванні потенційних мандрівників. Візуальний зміст на

таких платформах, як Instagram і Pinterest, слугує віртуальною брошурою для подорожей, викликаючи ідеї та заохочуючи людей досліджувати нові напрямки інформаційні технології зробили революцію в подорожах, зробивши їх доступнішими, ефективнішими та приємнішими.

2.3 Оцінка впровадження сучасних інформаційних технологій в «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А)

На сучасному етапі робота туристичних підприємств практично стає неможливою без використання інформаційних технологій, оскільки життя в сучасному світі важко уявити без їхнього застосування. Зважаючи на критичне значення інформаційних технологій у сфері туризму, туроператор «Анекс тур» також вирішив впроваджувати їх. За допомогою цих технологій компанія буде виконувати наступні завдання:

- спрощення роботи з документацією за допомогою програм системи Microsoft;
- бронювання турів;
- доступ до електронних каталогів і сайтів;
- використання електронної пошти;
- застосування інтернет зв'язку (Skype, Twitter, Facebook) для контакту з клієнтами та партнерами;
- проведення платежів через інтернет;
- використання програм перекладачів.

Одним з етапів аналізу використання інформаційних технологій є SWOT-аналіз розвитку інформаційних технологій у діяльності підприємств сфери туризму, що може дати розуміння внутрішніх і зовнішніх факторів, які можуть впливати на їх ефективність (рис. А.1 додатку А). З інформації рис. А.1 можна зробити висновок, що інформаційні технології відіграють важливу

роль в процесі надання туристичних послуг, пошуку та бронювання турів та авіаційних квитків.

В сучасному світі, де технології стають неодмінною частиною практично будь-якої галузі, туристичні підприємства, зокрема «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А), активно використовує інформаційні технології для оптимізації своєї діяльності та поліпшення обслуговування клієнтів. Розглянемо деякі з завдань, які вони вирішили впровадженням цих технологій:

Спрощення роботи з документацією за допомогою програм системи Microsoft: Використання програмного забезпечення Microsoft дозволяє «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А) ефективно управляти документацією, використовуючи такі інструменти, як Word для створення та редагування документів, Excel для обліку та аналізу даних, та PowerPoint для підготовки презентацій.

Використання інформаційних технологій в першу чергу направлено на підвищення ефективності бронювання турів, зокрема, використання спеціалізованих програм для бронювання турів дозволяє клієнтам «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А) легко та швидко обирати та резервувати тури, а також отримувати інформацію про доступність та ціни в режимі реального часу. В процесі надання послуг використовуються можливості система пошуку та бронювання турів «Айті-Тур», яка є універсальним інструментом для роботи менеджера з туризму (рис. А.2. додатку А).

Використання цього модулю забезпечує максимальну оперативність видачі результатів, адаптивність під різні пристрої, результати пошуку у спливаючому вікні менеджера. Ключові особливості модуля пошуку Зв1:

- адаптивність під різні пристрої (зміна розміру в залежності від місця на сайті і гаджету). Модуль можливо встановити в будь-який блок на сайті туристичної агенції;

- вдосконалена форма видача турів: результати пошуку відображаються у новому спливаючому вікні (така видача «не ломає» верстку сайту всі блоки залишаються на своїх місцях);

- при натисканні на «опис туру», обраний тур автоматично зберігається в обраному місці модуля, що дозволяє менеджеру завжди повернутися до опису турів, які його зацікавили, навіть якщо шукає серед кількох країн.

- можливість онлайн-оплати туру (Visa, Mastercard).

В межах інформаційного продукту «Айті-Тур» можна використовувати модуль «Hot price», де автоматично підтягуються мінімальні ціни на тури з вильотом в найближчі кілька днів (рис. А.3 додатку А).

Відповідно до технічних регламентів, цей модуль дозволяє виявляти мінімальні ціни на тури, сортувати пропозиції за країнами, рівнями готелю, типами харчування, що в цілому оцінює порядок вартості відпочинку в різних країнах.

Використання інформаційних технологій забезпечує можливість доступу туристичних агенцій до електронних каталогів і сайтів, а саме використання електронних каталогів і власного веб-сайту дозволяє «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А) представляти свою продукцію онлайн, надаючи клієнтам зручний доступ до інформації про тури, готелі та інші послуги.

Одним з видів послуг, які надає туристична агенція своїм клієнтам є бронювання авіаквитків. В цьому контексті зручним сервісом є можливості інформаційного продукту Onlinebistro.Ua, яка надає доступ до рейсів більше 900 класичних та 250 бюджетних авіакомпаній. В межах цієї системи реалізовано можливість комбінування тарифів перевізників із різними бізнес-моделями.

Головною перевагою Onlinebistro.Ua є модуль Multi BSP, який надає можливість здійснити пошук найпривабливішого тарифу, бронювання та оформлення авіаквитка в системах бронювання як країн Європейського Союзу, так і Близького Сходу, Північної та Південної Америки. На сьогодні в

систему інтегровано більше 100 різних BSP. Значною перевагою модуля є його інтеграція до пошукової системи, що дозволяє знайти найвигідніший тариф ринків. В інформаційному продукті Onlinebistro представлена NDC-технологія, що дозволяє одночасно з бронюванням квитка замовляти додаткові сервіси (багаж, харчування, супровід тощо), отже, розширює можливості клієнтського сервісу для наших користувачів.

В зазначеній системі підключено значну кількість постачальників з таких GDS систем як Galileo, Amadeus, Sabre, Worldspan та інші. Тарифи опубліковані в он-лайн з більш ніж 100 IATA точок продажу (Multi BSP), що дає змогу відшукати не лише кращі цінові пропозиції, а й класи тарифів, які авіакомпанії публікують для окремих ринків. Більше 230 low-cost авіаперевізників від постачальника Travelfusion з можливістю купувати відразу інші додаткові послуги, а також комбінація як регулярних так і бюджетних авіакомпаній між собою (рис. А.4 додатку А).

До значних конкурентних переваг цього інформаційного ресурсу можна віднести низька ціна, значна кількість різноманітних класів і тарифів, які система підтягує як із прямих контрактів, так і від консолідаторів. Крім того, зазначена система дозволяє побачити класи авіакомпаній, уточнити правила тарифу, відстежувати тайм ліміт в режимі реального часу. Одною з головних переваг є технологія NDC (New Distribution Capability), яка дає можливість бронювати додаткові послуги, такі як пріориті, багаж, харчування та інше.

Зазначимо, крім зазначених продуктів, менеджери використовують технології інтернет зв'язку (Skype, Twitter, Facebook) для контакту з клієнтами та партнерами: Використання різних інтернет-платформ для комунікації дозволяє «АНЕКС ТУР» підтримувати зв'язок зі своєю аудиторією, надавати консультації та взаємодіяти з клієнтами та партнерами у реальному часі.

Одним з актуальних питань функціонування туристичних агенцій є можливість проведення платежів через інтернет: Впровадження систем

онлайн-платежів робить процес оплати послуг «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А) зручним та безпечним для клієнтів.

Також, менеджери використовують інформаційні технології в процесі перекладання діалогів та розмов. Для спілкування з клієнтами та партнерами з різних країн, «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А) використовує програми перекладачі, що сприяє ефективній комунікації та розумінню потреб різноманітної аудиторії.

При використанні інформаційних технологій та впровадженні вищезазначених завдань, «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А) досягає значної оптимізації своєї роботи та покращення обслуговування клієнтів. Це не лише спрощує внутрішні процеси компанії, але й робить її послуги більш доступними та привабливими для широкого кола клієнтів.

Важливо відзначити, що інформаційні технології не лише полегшують внутрішні процеси туроператора, але також розширюють можливості взаємодії з клієнтами. Інтернет-платформи, соціальні мережі та електронна пошта стають ефективними інструментами для залучення нових клієнтів, ведення рекламної кампанії, а також забезпечення оперативного відгуку на запитання та потреби клієнтів.

У цілому, використання інформаційних технологій дозволяє «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А) залишатися конкурентоспроможним та адаптуватися до швидко змінних умов ринку туристичних послуг.

Застосування інформаційних технологій також сприяє покращенню ефективності взаємодії з партнерами та іншими стейкхолдерами. Використання систем бронювання, електронних каталогів та інших інструментів дозволяє легше управляти співпрацею з готелями, авіакомпаніями та іншими постачальниками послуг. Це сприяє формуванню більш ефективних стратегій ціноутворення, розширенню асортименту турів та забезпеченню більшої гнучкості в реагуванні на зміни на ринку.

Крім того, використання інформаційних технологій у процесах бронювання та обробки оплат дозволяє туроператору забезпечити високий

рівень точності та швидкості у виконанні транзакцій, що позитивно впливає на задоволення клієнтів та підвищує загальний рівень обслуговування.

Таким чином, інтеграція інформаційних технологій у діяльність «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.) сприяє не лише оптимізації внутрішніх процесів та забезпеченню конкурентоспроможності, але й розширенню можливостей у взаємодії з клієнтами та партнерами, що в сукупності сприяє стабільному розвитку компанії в умовах сучасного туристичного ринку.

В цілому, використання інформаційних технологій у діяльності «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.) підсилює її конкурентоспроможність, розширює можливості для інновацій та дозволяє ефективно відповідати на зміни у вимогах ринку та споживачів.

Безумовно, інформаційні технології не тільки сприяють оптимізації внутрішніх процесів та покращенню обслуговування клієнтів, але і стають критичним фактором у формуванні і реалізації стратегій росту «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.). Постійна адаптація до новітніх технологічних тенденцій дозволяє компанії залишатися високотехнологічною та конкурентоспроможною на ринку туризму.

Безперечно, важливою складовою стратегії «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.) є також активне використання соціальних мереж та інтернет-маркетингу. Компанія веде ефективні кампанії у цих медіа, сприяючи підтримці та збільшенню свого клієнтського базису. Взаємодія з аудиторією через різноманітні платформи дозволяє туристичній агенції не лише підтримувати свою репутацію, а й відстежувати відгуки та побажання клієнтів для подальших удосконалень.

У світлі використання технологій «Internet of Things» (IoT), «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.) також може оптимізувати зручність проживання та перебування клієнтів у готелях. Системи «розумних» номерів, де клієнти можуть керувати освітленням, температурою та іншими параметрами за допомогою мобільного додатка, додають комфорту та індивідуалізації у відпочинок.

«Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А) також активно досліджує можливості блокчейн-технологій для покращення системи оплати та забезпечення безпеки транзакцій. Це дозволяє уникнути проблем, пов'язаних із забезпеченням конфіденційності та зменшенням ризику шахрайства, забезпечуючи клієнтам високий рівень захисту їхніх фінансових операцій.

3 Шляхи вдосконалення і перспективи використання сучасних інформаційних технологій у “ «АНЕКС ТУР» ”

3.1 Перспективні напрямки використання сучасних інформаційних технологій для оптимізації діяльності туристичної агенції

Оптимізація та використання сучасних інформаційних технологій є ключовими факторами для забезпечення ефективності та конкурентоспроможності туристичної агенції. Одним з перспективних напрямків є використання технологій штучного інтелекту (AI) для управління та аналізу великих обсягів даних.

Алгоритми штучного інтелекту можуть автоматизувати процеси обробки інформації про попит та пропозиції на ринку, дозволяючи агентству реагувати на зміни в реальному часі. Застосування систем прогнозування на основі AI дозволяє адаптувати стратегії ціноутворення та маркетингу для максимізації прибутку та задоволення потреб клієнтів.

Використання технологій блокчейн може покращити ефективність управління фінансами та безпеку транзакцій. Розширення використання цифрових валют та смарт-контрактів може спростити процес оплати та уникнення фінансових ризиків.

Впровадження систем віртуальної та доповненої реальності може змінити взаємодію з клієнтами. Клієнти можуть використовувати VR-технології для віртуальних турів та попереднього перегляду місць призначення, що сприяє збільшенню інтерактивності та вивченню подорожей.

Розробка та використання мобільних додатків для клієнтів дозволяє забезпечити зручний доступ до інформації, онлайн-бронювання та отримання рекомендацій. Використання мобільних технологій також сприяє збору даних

про клієнтські вподобання та зворотний зв'язок для подальшого вдосконалення сервісів.

Загалом, інтеграція цих технологій в діяльність туристичної агенції покликана оптимізувати бізнес-процеси, підвищити ефективність та підняти рівень задоволення клієнтів.

Для оптимізації діяльності туристичної агенції «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.) в контексті сучасних інформаційних технологій важливо впроваджувати стратегії, що підвищують ефективність та конкурентоспроможність. Одним із перспективних напрямків є використання технологій штучного інтелекту (AI) для аналізу та оптимізації різноманітних бізнес-процесів.

Алгоритми штучного інтелекту можуть автоматизувати обробку великих обсягів даних, що допоможе «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.) оперативно реагувати на зміни у попиті та адаптувати свої пропозиції. Системи прогнозування на базі AI можуть оптимізувати стратегії ціноутворення та маркетингу для максимізації прибутковості та відповіді на потреби клієнтів.

Впровадження систем віртуальної та доповненої реальності може перетворити спосіб взаємодії «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.) з клієнтами. Віртуальні тури та попередній перегляд місць призначення через VR можуть сприяти збільшенню інтерактивності та покращити враження від майбутньої подорожі.

Розробка та використання мобільних додатків для клієнтів дозволяє «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.) забезпечити зручний доступ до інформації, онлайн-бронювання та отримання персоналізованих рекомендацій. Мобільні технології також сприяють збору даних про вподобання клієнтів та зворотний зв'язок для постійного удосконалення рівня обслуговування.

Ці напрямки використання інформаційних технологій можуть сприяти не лише оптимізації внутрішніх процесів «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.),

але і покращити задоволення клієнтів та зміцнити позиції компанії на ринку туризму.

Додатково, важливим аспектом для «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.) є розгляд використання технологій для підвищення ступеня персоналізації послуг. Аналіз даних про попередні подорожі та вподобання клієнтів може допомогти адаптувати пропозиції та рекомендації для кожного конкретного користувача. Використання персональних пропозицій та індивідуального підходу до клієнта сприятиме збереженню та залученню нових клієнтів.

Покращення мобільності та доступності також може бути ключовим напрямком. Розробка додатків для планшетів та смартфонів може полегшити взаємодію агентства з клієнтами та персоналом, забезпечуючи миттєвий доступ до інформації та сервісів в будь-якому місці та часі.

Ефективне використання аналітичних інструментів для оцінки даних про клієнтів та ринкових тенденцій дозволить «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.) прогнозувати зміни в попиті та адаптувати свою стратегію в реальному часі. Це сприятиме швидшому реагуванню на зміни у галузі та підвищенню конкурентоспроможності.

Додатковим напрямком використання сучасних технологій для «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.) є розвиток системи аналітики та звітності. Впровадження новітніх аналітичних інструментів дозволить агенції отримувати детальніші уявлення про клієнтські тенденції, витрати та інші ключові метрики.

Використання Big Data аналітики дозволить «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.) здійснювати глибокий аналіз великих обсягів даних, що допоможе в ідентифікації нових можливостей для розвитку бізнесу. Аналіз великих даних може також використовуватися для прогнозування тенденцій у туристичній галузі та вирішення стратегічних завдань. Трішки детальніше про сам сервіс Big Data :

Big Data в туризмі відіграє ключову роль у зборі, аналізі та використанні великого обсягу даних для оптимізації діяльності туристичної

агенції. Цей сервіс надає можливість виявлення тенденцій, розуміння попиту клієнтів, та покращення взаємодії з ними.

Аналіз даних про попередні подорожі, уподобання, та поведінку користувачів дозволяє агенції персоналізувати пропозиції та створювати індивідуально підготовлені тури. Основні переваги включають підвищену ефективність маркетингових кампаній, оптимізацію ціноутворення, та удосконалення обслуговування клієнтів.

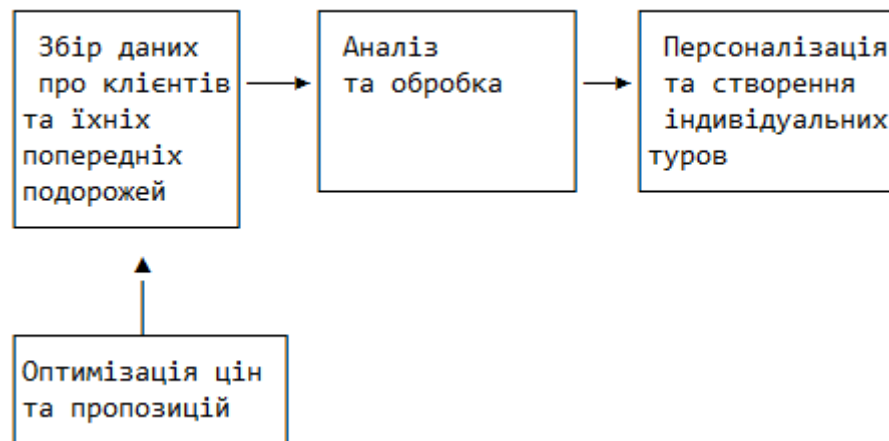


Рисунок 3.1 – Схема аналізу та використання великого обсягу даних в туризмі

Інтеграція системи інтернету речей (IoT (Internet of Things)) може покращити управління інфраструктурою та послугами. Наприклад, використання сенсорів та з'єднання різних пристроїв може полегшити відстеження місць розташування туристів, забезпечуючи їх безпеку та комфорт під час подорожі. Розглянемо детальніше даний сервіс (рис. 3.2).

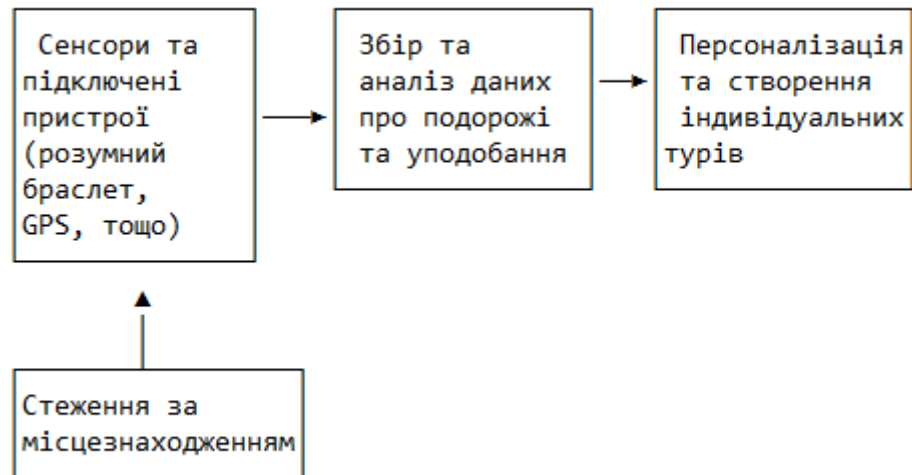


Рисунок 3.2 - Концепція мережі Internet of Things

Сервіс IoT (Internet of Things) в туризмі використовує підключені пристрої та сенсори для збору та обміну даними, що дозволяє туристичній агенції створювати інноваційні та зручні рішення для своїх клієнтів. Від відстеження подорожей до персоналізованих досвідів, IoT трансформує туризм у більш інтерактивний та ефективний.

Важливою є інтеграція інтерактивних технологій, таких як чат-боти або віртуальні асистенти, для полегшення взаємодії з клієнтами. Це може включати відповіді на запитання, допомогу у виборі маршруту, та надання актуальної інформації під час подорожі.

Загалом, впровадження цих технологічних рішень може допомогти «АНЕКС ТУР» не тільки оптимізувати внутрішні процеси, але і підняти рівень задоволення клієнтів, забезпечуючи їм персоналізовані та інноваційні туристичні послуги.

Додатковим кроком для "«АНЕКС ТУР» " може бути впровадження технологій розпізнавання обличчя та біометричних ідентифікаторів для підвищення рівня безпеки та зручності подорожуючих. Це може включати автоматизований контроль на вході в аеропорту чи готель, що сприятиме швидшому проходженню процедур та зменшить час очікування.

Однією з перспектив є також використання технологій блокчейн для створення безпечних та прозорих систем управління документацією, включаючи бронювання, страхування та інші аспекти подорожі. Це може полегшити обробку документів, зменшити ризики втрати інформації та сприяти взаємодії з іншими учасниками ланцюжка постачання у туристичній галузі.

Ще однією перспективною технологією є використання блокчейну для створення програм лояльності та реферальних систем. Це може забезпечити чітку та прозору систему нагород для постійних клієнтів, а також заохочувати їх рекомендації сервісу «АНЕКС ТУР» своїм знайомим.

Технологічний прогрес в туристичній галузі надає «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.) можливість не лише оптимізувати існуючі процеси, але й створювати нові, інноваційні підходи до надання послуг та взаємодії з клієнтами. Передові технології можуть стати ключем до зміцнення конкурентоспроможності та вибудовування стійкої позиції у сучасному туристичному ринку.

«Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.) також може розглядати можливості використання блокчейн-технології для покращення системи безпеки та захисту особистої інформації клієнтів. Реалізація блокчейн-рішень може допомогти у створенні надійних систем збереження даних, що є важливим аспектом в туристичній галузі, де конфіденційність та безпека мають величезне значення. Ще однією перспективою для «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.) є впровадження технологій блокчейн для розвитку системи віртуальних та програм лояльності. Використання блокчейну може забезпечити прозорість та безпеку у всіх транзакціях, зберігання та обміні точок лояльності, що може заохочувати клієнтів до активнішого взаємодії з послугами «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.).

Подальший розвиток технологій Інтернету речей (IoT) може включати в себе використання "розумних" пристроїв у готелях та інших місцях перебування, які можуть автоматично адаптуватися до вподобань гостей.

Наприклад, "розумні" термостати, освітлення та інші пристрої можуть реагувати на індивідуальні налаштування клієнтів, забезпечуючи комфорт та енергоефективність.

Також, «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.) може експериментувати з використанням технологій віртуальної реальності для створення унікальних вражень для своїх клієнтів. Віртуальні тури, інтерактивні подорожі та інші VR-рішення можуть стати не лише ефективним інструментом маркетингу, але і можливістю розширити асортимент послуг.

Використання новітніх технологій в сфері туризму не тільки покращує ефективність бізнес-процесів «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.), але й створює нові можливості для інновацій та вдосконалення відносин з клієнтами. Важливо продовжувати слідкувати за технологічними тенденціями та адаптуватися до змін у вимогах ринку для забезпечення стабільного розвитку компанії.

Інтеграція технології генетичного аналізу та індивідуальної медичної консультації може відкрити нові можливості для персоналізації медичного туризму. «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.) може співпрацювати з медичними закладами та лікарями, щоб надавати клієнтам індивідуальні медичні пакети та консультації, враховуючи їхні генетичні особливості та потреби.

Не менш важливою є інтеграція технологій штучного інтелекту для аналізу великих обсягів даних про клієнтів та їх поведінку. Прогностичні моделі та системи рекомендацій можуть допомагати «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.) випереджати попит та адаптувати свої пропозиції.

Загалом, стеження за новими технологіями та їхнє вдале впровадження може значно підвищити конкурентоспроможність та привабливість "«АНЕКС ТУР»" на ринку туризму, створюючи унікальні та інноваційні пропозиції для клієнтів.

Додатковою стратегією для «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.) може бути активне використання технологій для створення імерсійних туристичних вражень. Використання розширеної реальності (AR) та віртуальної

реальності (VR) може дозволити клієнтам попередньо переглядати місця призначення, віртуально досліджувати готелі та екскурсії перед бронюванням, що створить емоційно насиченіше та індивідуалізоване враження від майбутньої подорожі.

Також, важливим є розвиток технологій інтерактивного відгуку від клієнтів. Системи збору та аналізу відгуків через соціальні мережі та інші онлайн-платформи можуть допомагати «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.) отримувати реальний часовий зворотний зв'язок клієнтів, щоб вчасно реагувати на їхні потреби та вдосконалювати надання послуг.

Використання розумних технологій у готелях та курортах може включати в себе автоматизовані системи управління номерами, "розумні" кімнати та персонал, що може покращити загальний комфорт гостей та забезпечити ефективнішу експлуатацію готельних приміщень.

У плані маркетингу, використання соціальних мереж, відео-контенту та інтерактивних кампаній може забезпечити «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.) великий охоплення аудиторії та залучення уваги потенційних клієнтів.

Загалом, інтеграція цих технологій дозволить туристичній агенції збільшити залучення клієнтів, покращити їхні враження та створити конкурентні переваги в динамічному світі туризму.

Також, розгляд використання технологій для розвитку «зелених» та сталих туристичних пакетів може відповідати зростаючим вимогам екологічно свідомих клієнтів. Впровадження екологічно чистих опцій у програму «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.) може бути ключем до залучення нового сегменту аудиторії та позиціонування компанії як екологічно відповідальної.

Запровадження інновацій у сфері безпеки подорожей також може включати в себе використання біометричних технологій для ідентифікації та автентифікації пасажирів. Це може підвищити рівень безпеки та зручності для клієнтів, зменшуючи можливість втрати документів чи карток, а також вдосконалюючи процеси контролю на аеропортах та готелях.

Окрім того, розгляд можливостей впровадження технологій для створення інтерактивних інформаційних систем та додатків, які допомагатимуть туристам отримувати актуальну та корисну інформацію про місця відпочинку, місцеві пам'ятки та події.

Усі ці напрямки використання технологій можуть сприяти не лише підвищенню ефективності бізнес-процесів «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.), але і створенню сталого та інноваційного обличчя компанії в галузі туризму.

Також додатковим аспектом для «Анекс тур» (ФОП Юрчук О.А.) є активне використання технологій для розвитку ефективних стратегій маркетингу та залучення уваги клієнтів. Використання аналітики та штучного інтелекту для персоналізації маркетингових кампаній може допомогти агенції точно спрямовувати свої пропозиції на основі індивідуальних вподобань та попередніх взаємодій клієнтів.

Важливо розглядати можливості використання соціальних мереж для ефективного маркетингу та взаємодії з аудиторією. Регулярні оновлення у соціальних мережах, залучення віртуальних інфлюенсерів та створення візуально привабливого контенту можуть підняти свідомість бренду та створити позитивний імідж серед потенційних клієнтів.

Напрямок впровадження технологій для підвищення кількості повторних клієнтів може включати в себе використання інтелектуальних систем рекомендацій та програм лояльності. Системи, які здатні аналізувати попередні вибори та поведінку клієнтів, можуть пропонувати персоналізовані знижки, бонуси та інші привабливі пропозиції для стимулювання повторних покупок.

Загалом, активне використання технологій у сфері маркетингу та взаємодії з клієнтами може допомогти "«АНЕКС ТУР» " не тільки збільшити свій обсяг продажів, але й покращити взаємодію зі своєю аудиторією.

3.2 Впровадження CRM системи в діяльність туристичної агенції

Сучасний процес реалізації туристичних продуктів в туристичній агенції «Анекс тур» (ФОП ЮРЧУК О.А.) передбачає велику кількість годин спілкування із потенційними клієнтами за допомогою соціальних мереж (Facebook, Instagram, Tik-tok), в яких туристична агенція має власні сторінки. Досить часто, в силу значної зайнятості і одночасно великої кількості запитів щодо організації туристичних подорожей, менеджери агенції не завжди в змозі оперативно відповідати на такі запити, адже запити від клієнтів надходять звідусіль: під постами в Facebook, у Дірект Instagram, в месенджери та по телефону, з форм на сайтах, і на Email. Тому, менеджер з туризму мусить перемикатись між застосунками і вкладками, намагаючись якось кваліфікувати заявки («просто запитав» чи «чекає пропозицію»). В таких умовах дуже просто пропустити повідомлення, забути надіслати прорахунок туру чи зафіксувати звернення у базі. Внаслідок цього, значна кількість турагенцій перенесли діяльність в інтернет на 100 %, надають послуги за кордоном, тож, враховуючи такий негативний досвід пропонується імплементувати у в туристичній агенції CRM-систему, яка в змозі поєднати внутрішню документацію із соціальними мережами та месенджерами.

Управління взаємовідносинами з клієнтами (Customer relationship management) – це поняття, що передбачає відповідні інструменти, які застосовуються в бізнес-середовищі з метою здійснення управління взаємовідносинами з споживачами, в тому числі аналіз, збір та зберігання інформації щодо постачальників, споживачів, партнерів і інформації про відносини з ними (рис. 3.3).

Сайт

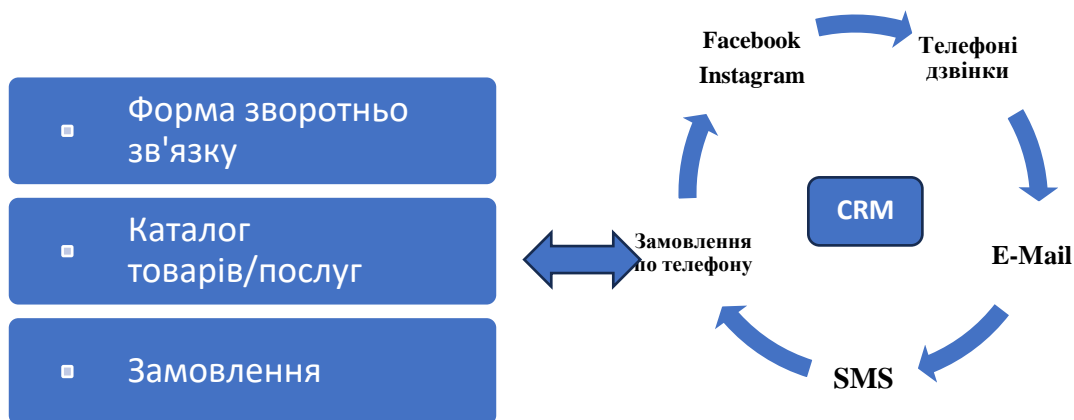


Рисунок 3.3 – Функціонал CRM-системи

На сьогоднішній день, CRM-системи спрямовані на аналіз та вивчення ринку і конкретних потреб клієнтів. Тобто, на основі даних знань розробляються нові послуги та товари і внаслідок цього туристична агенція має змогу досягти встановлених цілей та покращити свої фінансові показники. Завдяки використанню CRM-системи є можливість удосконалити та автоматизувати всі бізнес-процеси в наступних областях: маркетинг, продажі, підтримка та обслуговування споживачів.

Сучасна індустрія туризму зазнає постійних змін, при чому ці зміни відбуваються за усіма етапами розроблення, просування, реалізації та надання туристичних послуг. В силу дії пандемії COVID-2019, коли значна частина людей перевела область свій комунікацій із фізичного спілкування до віртуального за допомогою соціальних мереж, месенджерів тощо. В цьому контексті, туристичні агенції повинні бути конкурентоспроможними в будь-який час і в усі сезони. Також пріоритетними є інноваційність, адаптованість та активність у розумінні потреб і вподобань своїх клієнтів, то використання CRM зможе допомогти їм досягти кращих результатів та створити конкурентну перевагу.

Впровадження CRM для туристичної агенції являє собою новий рівень взаємодії з клієнтами. Передбачається можливість отримання повний контролю над інформацією та можливістю реагувати на потреби клієнтів в реальному часі. Заощадження часу та оптимізація процесів стануть головними перевагами. На нашу думку, значні переваги порівняно із іншими

CRM-системами має KeyCRM, яка є однією із найпопулярніших CRM систем в Україні, яка має широкий попит в тому і числі і у туристичних агенцій (рис. Б.1 додатку Б). [12].

KeyCRM зберігає всю інформацію про клієнтів, тури та маркетингові кампанії, що дозволяє турагенції швидко знаходити потрібну інформацію і приймати обґрунтовані рішення. CRM система має широкі перспективи застосування в туристичній галузі. Вона може використовуватися для автоматизації всіх бізнес-процесів турагенції, від управління клієнтською базою до управління продажами та маркетингом (рис. Б.2 додатку Б).

Це дозволяє турагенціям підвищити ефективність своєї роботи, поліпшити обслуговування клієнтів і збільшити прибуток. KeyCRM має ряд переваг, які роблять її привабливим рішенням для турагенції «Анекс Тур» (ФОП Юрчук Ю.А) (табл. В.1 додатку В). Крім того, CRM допоможе агенції відстежувати та аналізувати попит на різні тури та послуги. Після впровадження використання CRM системи агенція зможе швидко реагувати на зміни в ринкових умовах та адаптувати свою пропозицію.

Працюючи із зібраною інформацією, агенція зможе ефективно вдосконалювати стратегію продажів та розширювати асортимент послуг. Обґрунтування економічної доцільності придбання KeyCRM наведено в табл. 3.1.

Таблиця 3.1 – Обґрунтування економічної доцільності придбання KeyCRM

Чинник	Опис
Річні витрати на KeyCRM	12 тис. грн
Зростання кількості клієнтів, %	25 %
Обсяг наданих послуг у 2022 р., тис. грн	780 тис. грн.
Приріст, тис. грн	195 тис. грн
Середня рентабельність, %	12,0 %
Приріст прибутку	23,4 тис. грн
Чистий приріст прибутку, тис. грн	11,4 тис. грн.

Застосування CRM також сприятиме збільшенню лояльності клієнтів. Оптимізоване обслуговування, персоналізовані підходи та вчасна реакція на їхні потреби роблять враження. Це не лише забезпечить повторні продажі, але й сприятиме позитивному відгуку та рекомендаціям від клієнтів (табл. В.2 додатку В). Таким чином, впровадження CRM системи в туристичній агенції відкриває нові можливості для розвитку та стабільності бізнесу, даруючи контроль, ефективність та взаєморозуміння із клієнтами.

3.3 Впровадження інформаційних технологій на основі штучного інтелекту

Світ постійно переживає технологічну еволюцію. Нові винаходи дозволяють нам виконувати багато завдань, не моргнувши оком, за допомогою технологічних операційних систем. Зокрема, новий інструмент широко використовується в різних сферах, впливаючи також на індустрію подорожей: штучний інтелект (AI). Європейський парламент визначає штучний інтелект як «здатність машини демонструвати людські здібності, такі як міркування, навчання, планування та творчість».

Індустрія подорожей і туризму, зокрема, використала потенціал штучного інтелекту, використовуючи його потужність для оптимізації робочої сили та революції в тому, як ми досліджуємо світ. Отже, оскільки сектор туризму все більше покладається на аналіз даних для майбутніх стратегій, штучний інтелект став безцінним союзником, який просуває галузь до нових горизонтів.

Індустрія подорожей завжди була в авангарді впровадження технологічних досягнень, постійно шукаючи інноваційні способи покращити подорож мандрівника. А коли справа доходить до передових технологій, чат-боти стали кардинальними змінами. Оскільки технологія штучного інтелекту продовжує розвиватися, чат-боти зазнали надзвичайної трансформації,

змінивши спосіб взаємодії мандрівників із компаніями та доступу до важливої інформації.

В контексті туристичної агенції чат-боти, базовані на штучному інтелекті, відіграють важливу роль у забезпеченні зручної та ефективної комунікації з клієнтами. Такі чат-боти можуть взаємодіяти з користувачами на веб-сайтах, в месенджерах або інших платформах, допомагаючи в їхньому виборі турів, відповідаючи на питання та надаючи інформацію.

Перевагою використання чат-ботів є негайна реакція на запитання клієнтів. Чат-бот може автоматично надавати важливу інформацію щодо доступності турів, цін, умов бронювання та інших аспектів подорожей. Він також може використовувати алгоритми штучного інтелекту для рекомендацій та персоналізованих пропозицій, враховуючи історію подорожей та уподобання клієнта.

Крім того, чат-боти можуть використовуватися для підтримки клієнтів під час самого подорожування. Вони можуть надавати корисну інформацію про погоду, місцеві події, рекомендації стосовно ресторанів та інше. Це дозволяє забезпечити більш повний та персоналізований досвід подорожі.

Отже, використання чат-ботів у туристичній агенції сприяє автоматизації комунікації з клієнтами, покращує їхній доступ до інформації та сприяє підвищенню рівня задоволення від туристичного обслуговування.

Отже, вплив чат-ботів на туристичну індустрію незаперечний. Фактично, статистика показує, що розмір світового ринку чат-ботів оцінювався у приголомшливі 5 132,8 мільйонів доларів США у 2022 році з прогнозованим річним темпом зростання (CAGR) у 23,3% з 2023 по 2030 рік. Ці цифри підкреслюють зростаюче визнання чат-ботів як незамінних активів у туристичному секторі, революціонізуючи клієнтський досвід і оптимізуючи операції. Технології ШІ можуть принести позитивні зміни у сфері сталого туризму. Використовуючи їх вже встановлені застосування в індустрії туризму, стає більш доцільним переосмислити та

адаптувати ці технології, щоб узгодити їх із ширшим і більш стійким баченням туризму (табл. В.3 додатку В).

Чат-боти та візуальні помічники революціонізують сталий туризм, надаючи персоналізовані рекомендації мандрівникам на основі їхніх інтересів і цінностей. Він навчає туристів екологічно чистим практикам і допомагає підприємствам сприяти сталому розвитку за допомогою ефективних маркетингових стратегій. Ця технологія може мати значний вплив на галузь, заохочуючи відповідальний екологічний туризм.

Крім того, штучний інтелект може революціонізувати управління напрямками для оптимізації потоків відвідувачів, зменшення заторів і мінімізації впливу на навколишнє середовище. Можна буде надавати більш персоналізовані та захоплюючі враження, збагачуючи подорожі мандрівників, зберігаючи при цьому культурну та природну спадщину місць призначення.

У майбутньому ШІ стане ще більш невід'ємною частиною ландшафту подорожей і туризму. Удосконалення обробки природної мови ще більше розширить можливості чат-ботів і віртуальних помічників, зробивши їх ще розумнішими та інтуїтивно зрозумілішими.

Оскільки штучний інтелект стає все більш поширеним у туристичній індустрії, необхідно вирішити конкретні проблеми та етичні міркування. Чат-бот просто не має можливості відтворити досвід людини, що особливо важливо для індустрії гостинності. Конфіденційність і безпека даних також залишаються критичними проблемами, оскільки програми штучного інтелекту мають справу з величезними обсягами особистої інформації. Вкрай важливо знайти правильний баланс між збором даних для персоналізації та захистом конфіденційності користувачів.

Підсумовуючи, потенціал штучного інтелекту в сталому туризмі величезний. Але відповідальне використання цієї технології має вирішальне значення, щоб уникнути надмірної експлуатації та оманливих методів.

Таблиця 3.2 - Рекомендації-пропозиції щодо вдосконалення

№ з\п	Проектна пропозиція	Назва заходу	Зміст заходу	Очікуваний результат
1	Розвиток маркетингової активності туристичної агенції	Рекламна діяльність	Розробка і впровадження маркетингової стратегії, створення сайту туристичної агенції, розробка і запуск рекламних кампаній в Інтернеті, активне використання соціальних мереж для просування своїх послуг, проведення email-маркетингу, організація акцій та заходів для залучення клієнтів	Залучення нових клієнтів, підвищення обізнаності про послуги туристичної агенції
2	Впровадження CRM системи в діяльність туристичної агенції	«KeyCRM»	Збір заявок від потенційних туристів, підбір варіантів під задані параметри, або подальша робота над тим, щоб угода відбулася («дотискання»), альтернативні та відкладені у часі пропозиції, допродаж: екскурсії чи активності), проведення платежів, ведення звітності щодо ефективності менеджерів, підтримання зв'язку з клієнтами під час туру, робота з відгуками та багато іншого за допомогою KeyCRM	Збільшення кількості проданих турів, підвищення якості надання туристичних послуг, підвищення прибутковості
3	Розробка чат-боту для спілкування з клієнтами	Чат-бот	Надання інформації про тури та інші послуги, Відповідь на питання клієнтів. Обробка замовлень	Зменшення витрат туристичної агенції, покращення взаємодії з клієнтами та підвищення лояльності до агенції

Висновки

У ході дослідження розвитку інформаційних технологій в туризмі на прикладі туристичної агенції "Анекс Тур", визначено важливі аспекти та вплив цих технологій на діяльність агентства.

В першому розділі роботи були детально розглянуті теоретичні аспекти використання інформаційних технологій в туризмі, включаючи сутність, поняття та основні напрями їх застосування. Також досліджено роль різних видів комунікацій в туризмі та вплив інформаційних технологій на діяльність туристичної агенції.

У другому розділі проведено аналіз використання сучасних інформаційних технологій в "Анекс Тур" (ФОП Юрчук Ю.А). Надана характеристика організаційно-економічної діяльності агенції, оцінено впровадження технологій та проведено аналіз зовнішнього середовища та конкурентної позиції підприємства. Також другому розділі аналізу використання сучасних інформаційних технологій в "Анекс Тур" (ФОП Юрчук Ю.А) виявлено, що організаційно-економічна діяльність агентства значно покращилася завдяки впровадженню новітніх технологій. Характеристика організаційно-економічної діяльності вказує на позитивний вплив інформаційних технологій на ефективність та результативність бізнес-процесів.

Оцінка впровадження інформаційних технологій в «Анекс Тур» (ФОП Юрчук Ю.А) показує, що агентство успішно використовує різноманітні інструменти для автоматизації, оптимізації та підвищення продуктивності. Це включає в себе використання систем бронювання, онлайн-платформ для клієнтів та інші інноваційні рішення. Аналіз зовнішнього середовища та конкурентної позиції свідчить про те, що врахування сучасних технологічних тенденцій дозволяє агентству бути більш конкурентоспроможним на ринку. Розуміння і адаптація до змін в зовнішньому середовищі є ключовими елементами успішної стратегії розвитку.

У третьому розділі узагальнено шляхи вдосконалення та перспективи використання інформаційних технологій у «Анекс Тур» (ФОП Юрчук Ю.А). Визначені перспективні напрямки для оптимізації діяльності туристичної агенції, висвітлені основні заходи для створення ефективної системи використання різноманітних видів інформаційних технологій, а також рекомендації щодо їх впровадження в діяльність підприємства. Третій розділ, присвячений шляхам вдосконалення і перспективам використання сучасних інформаційних технологій у «Анекс Тур», визначено перспективні напрямки використання технологій для оптимізації діяльності агенції. Основні заходи та рекомендації надають чіткий план подальших дій для підвищення ефективності та розширення можливостей використання інформаційних технологій.

Дослідження спрямоване на покращення ефективності та конкурентоспроможності туристичної агенції "Анекс Тур" у швидко змінному цифровому середовищі. Перш за все, виявлено, що впровадження сучасних технологій в "Анекс Тур" (ФОП Юрчук Ю.А)" сприяло покращенню організаційно-економічних показників. Аналіз зовнішнього середовища та конкурентної позиції дозволяє агенції ефективно адаптуватися до змін в туристичній індустрії. Застосування інформаційних технологій виявилось ключовим у покращенні комунікаційних процесів і взаємодії з клієнтами. Зокрема, використання CRM-систем дозволяє ефективно вести відносини з клієнтами, підвищуючи рівень задоволеності та забезпечуючи персоналізований сервіс.

На практиці виявлено, що туристичні агентства, які успішно інтегрують інноваційні технології, мають конкурентну перевагу. Висновки дослідження можуть слугувати основою для розробки стратегій подальшого розвитку "Анекс Тур" (ФОП Юрчук Ю.А), а також інших гравців туристичного ринку, орієнтованих на підвищення ефективності та відповідь на зростаючі вимоги споживачів у сучасному цифровому світі.

Список використаних джерел

1. Інформаційні технології в туризмі. В.В. Кучеренко, А.А. Кучеренко. Київ: КНЕУ, 2018. 320 с.
2. Глобальні розподільчі системи в туристичній індустрії. В.В. Кучеренко, А.А. Кучеренко. Київ: КНЕУ, 2018. 304 с.
3. Атанасов, М. Вплив інформаційних технологій на розвиток підприємства / М. Атанасов, О. Йона // Гармонізація суспільства – новітній напрямок розвитку держави : Всеукр. наук. конф. аспірантів та молодих вчених, 25 березня 2014 р. : матер. конф. — Одеса, ОНЕУ. — С. 54-61
4. Журналістика: словник-довідник / авт.-укл. І. Л. Михайлин. Київ: Академвидав, 2013. 320 с. (Серія «Notabene»).
5. Зеленюк Ю. О. Туристична комунікація як вид зайнятості. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2013. № 3–4 (15–16). С. 9–12.
6. Балабаниць А. В. Перепадя Ф. Л. Роль інформаційних технологій в управлінні клієнтоорієнтованістю туристичних підприємств. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2021. 36. С. 18-24
7. Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців». Проведено компанією «Хьюман Ресерч» на замовлення: Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ) на базі додатку «Lemur». URL: <https://drive.google.com/file/d/1VbzkC8sG9muJGJjEUCFkzBfAsIVbke9A/view>
8. Терещук І. А., Басюк Д. І. Етапи та принципи впровадження інноваційних технологій в готелях. Зб. наук. праць. Національний університет харчових технологій. 2014. № 9. – С. 102-115.
9. Туристичні послуги. Загальні вимоги . ГОСТ 28681.2-95 - МГС.
10. Вимоги по забезпеченню безпеки туристів. ГОСТ 28681.3-95 – МГС

11. Марчук Д., Несторишен І., Стельмах Ю., Марчук Д. Сучасні тренди трансформації попиту на ринку туристичних послуг в Україні. *Development service industry management*, 2023. (2), С. 42-47
12. CRM система KeyCRM – Режим доступу: <https://ua.keycrm.app>
13. . Економіка туризму : підручник / В. Ю. Світлична, С. А. Александрова ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. – 167 с.
14. Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців». *Проведено компанією «Хьюман Ресерч» на замовлення: Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ) на базі додатку «Letur».* URL: <https://drive.google.com/file/d/1VbzkC8sG9muJGJjEUCFkzBfAsIVbke9A/view>
15. Левицька І.В., Климчук А.О., Басюк Д.І., Тарасюк Г.М., Москвічова О.С. Економіка туризму: навчальний посібник. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. 488 с.
16. Гончар, О. І., & Світлична, О. І. (2019). Цифровий маркетинг в туристичній індустрії: сучасні тренди та перспективи. *Економічний вісник НТУУ«КП»*, (5), 99-105.
17. Калинова, Г. В. (2020). Інтернет-маркетинг у туризмі як фактор підвищення конкурентоспроможності туристичної компанії. *Вісник Черкаського університету*, 4 (74), 23-28
18. Брич В.Я., Охота В.І. Основні фактори впливу на функціонування готельно-ресторанних комплексів та туризму в Україні. *Економіка та держава*. 2018. № 8.<http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4118&i=1>
19. Стригуль Л.С., Александрова В.О., Черноіван А.С. Дослідження впливу війни на діяльність сфери туризму та гостинності України. *Труди ХІХ-ї Міжнародної науково-практичної конференції «Дослідження та оптимізація економічних процесів».* – Харків : НТУ«ХП», 2022. – С. 73-75

20. Журба І. Є., Несторишен І. В., Матюх С. А. Економіка підприємств туристичної галузі: проблеми та перспективи розвитку. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2022, № 3, Т.2, С. 7-12.

21. Журба І., Несторишен І. Аналіз показників індустрії туризму в Україні та світі: проблеми та перспективи розвитку. *Development service industry management*, 2023. (1), С. 50-55.

22. Nestoryshen I. Features of the development of the tourism economy in the post-conflict period: international experience and domestic perspectives (Особливості розвитку економіки туризму в пост-конфліктний період: міжнародний досвід та вітчизняні перспективи) [scientific monograph]: «Перспективи розвитку індустрії туризму й гостинності України на засадах досвіду країн Європейського Союзу». Видавництво «Izdevnieciba «Baltija Publishing», Riga, Latvia. 2023. С. 93-119.

23. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: strategy, implementation and practice*. Pearson UK

Додаток А

Переваги	Недоліки
<p><i>Ефективність і автоматизація.</i> Інформаційні технології дозволяють автоматизувати різні процеси, що сприяє підвищенню ефективності резервування, бронювання та обслуговування клієнтів.</p> <p><i>Глобальне охоплення:</i> використання онлайн-платформ і веб-сайтів дозволяє туристичним підприємствам охопити глобальну аудиторію, залучаючи клієнтів з різних куточків світу.</p> <p><i>Аналіз даних:</i> розширені інструменти аналітики допомагають зрозуміти вподобання клієнтів, поведінку та ринкові тенденції, дозволяючи приймати рішення на основі даних.</p> <p><i>Управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM):</i> IT-системи підтримують ефективну CRM, допомагаючи компаніям персоналізувати послуги, покращити задоволеність клієнтів і будувати довгострокові відносини.</p> <p><i>Інтернет-маркетинг.</i> Стратегії цифрового маркетингу, включаючи соціальні медіа та оптимізацію пошукових систем, забезпечують економічно ефективні способи просування туристичних послуг.</p>	<p><i>Залежність від технологій:</i> сильна залежність від технологій робить туристичні підприємства вразливими до збоїв, таких як системні збої, кібератаки або технічні збої.</p> <p><i>Високі початкові витрати:</i> Впровадження передових IT-систем може спричинити високі початкові витрати на програмне забезпечення, обладнання та навчання.</p> <p><i>Нестача навичок:</i> потреба в кваліфікованих IT-фахівцях є надзвичайно важливою, а брак досвіду в організації може бути слабкою стороною.</p> <p><i>Питання безпеки:</i> робота з конфіденційними даними клієнтів вимагає надійних заходів безпеки, щоб запобігти витоку даних і зберегти довіру клієнтів.</p>
Можливості	Загрози
<p><i>Інновації в послугах:</i> технологія дозволяє створювати інноваційні послуги та досвід, такі як віртуальні тури, програми доповненої реальності та персоналізовані рекомендації щодо подорожей.</p> <p><i>Мобільні програми:</i> розробка зручних мобільних програм може покращити взаємодію з клієнтами, надаючи інформацію в реальному часі, варіанти бронювання та інтерактивні карти.</p> <p><i>Екологічні ініціативи:</i> впровадження екологічно чистих технологій і просування екологічно чистого туризму може стати перевагою для екологічно свідомих мандрівників.</p> <p><i>Партнерство з технологічними компаніями:</i> співпраця з технологічними компаніями може призвести до розробки індивідуальних рішень і унікальних пропозицій.</p>	<p><i>Загрози кібербезпеці.</i> Індустрія туризму є мішенню для кіберзагроз, включаючи витік даних, атаки програм-вимагачів і спроби фішингу.</p> <p><i>Швидкі технологічні зміни:</i> йти в ногу зі швидкими змінами в технологіях може бути складно, і це може призвести до морального старіння, якщо нею керувати належним чином.</p> <p><i>Конкурентний тиск:</i> легкість виходу на онлайн-ринок подорожей може призвести до посилення конкуренції, впливаючи на норми прибутку.</p> <p><i>Негативні відгуки в Інтернеті:</i> Соціальні медіа та огляди в Інтернеті можуть швидко вплинути на репутацію туристичного підприємства, і своєчасне реагування на негативні відгуки має вирішальне значення.</p>

Рисунок А.1 – SWOT-аналіз розвитку інформаційних технологій у діяльності туристичних агенцій

продовження додатку А

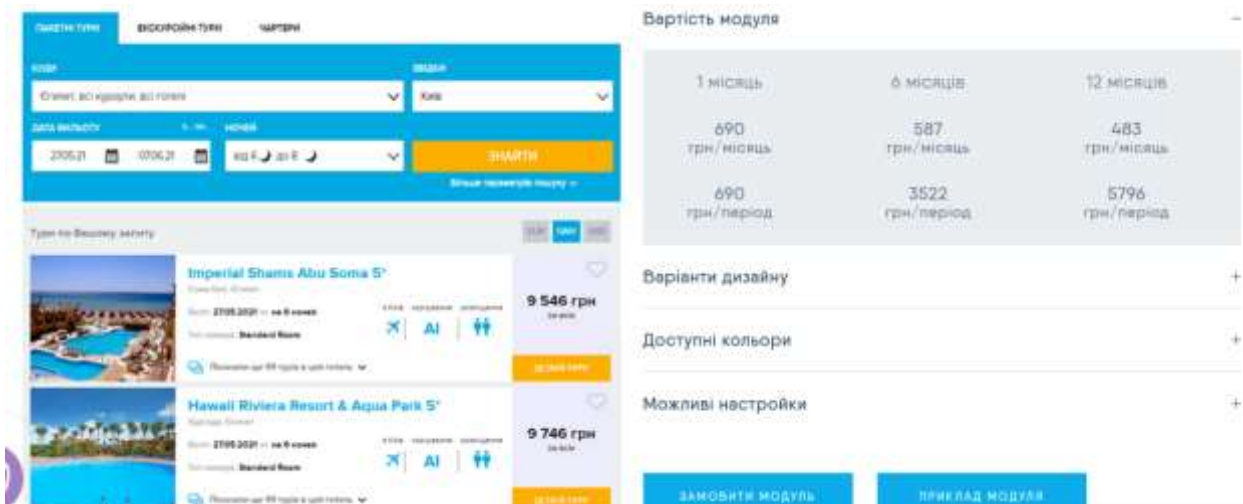


Рисунок А.2 – Адаптивний модуль пошуку Зв1 системи пошуку та бронювання турів «Айті-Тур»

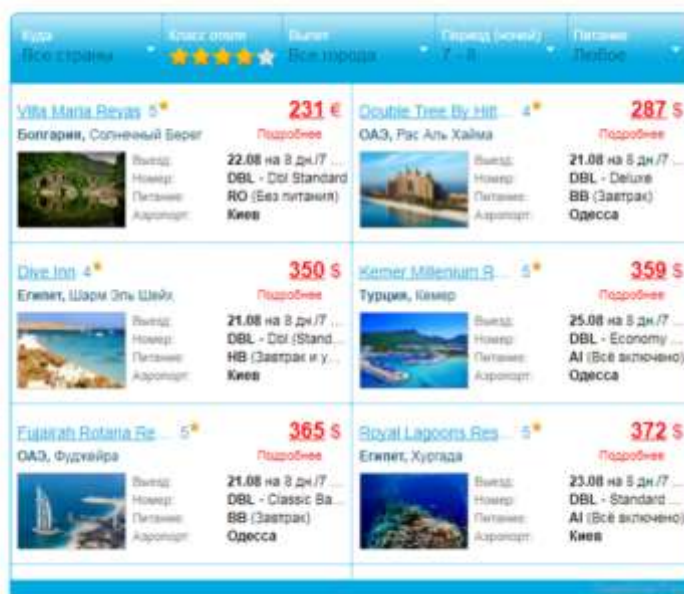


Рисунок А.39 – Модуль вітрина «Hot price» системи пошуку та бронювання турів «Айті-Тур»

продовження додатку А



Рисунок А.4 – Модуль бронювання авіаційних квитків

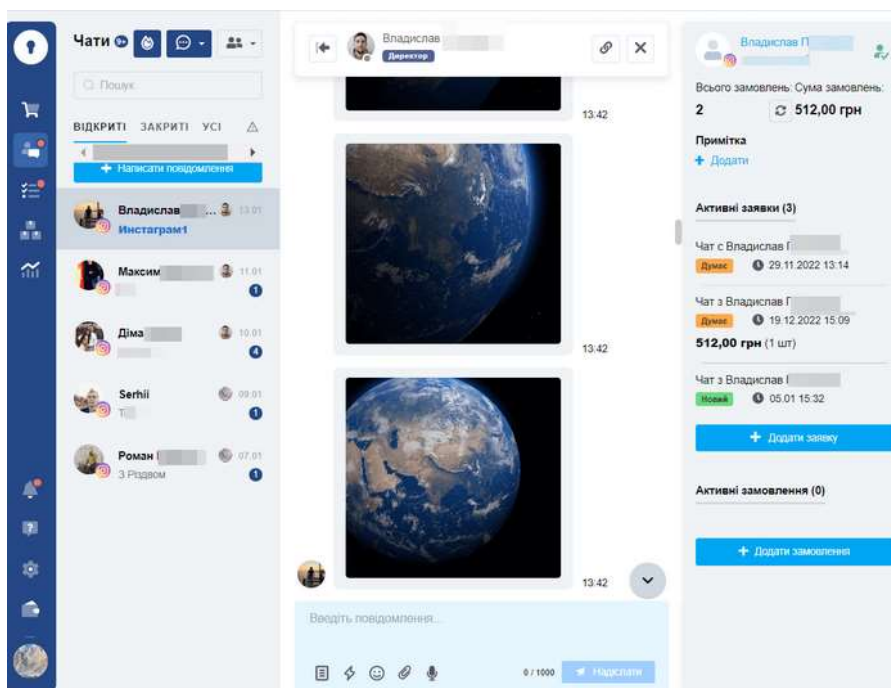


Рисунок Б.1 – Інтерфейс -чати в KeyCRM

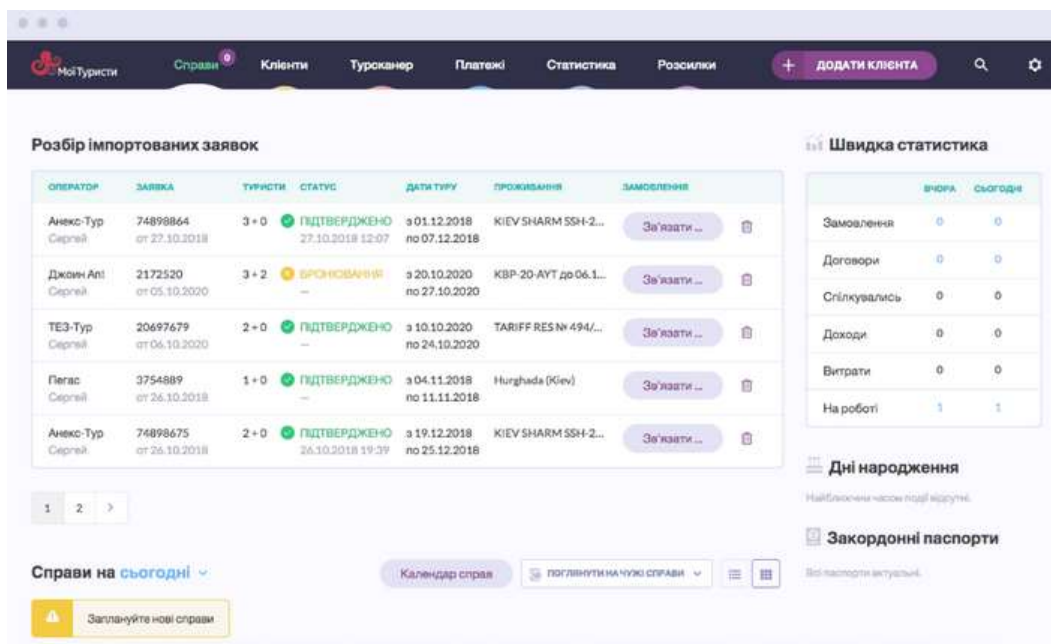


Рисунок Б.2 – Інтерфейс -чати в KeyCRM

Таблиця В.1 – Функціонал KeyCRM

Чинник	Опис
Українська розробка	система розроблена українською компанією, що гарантує її адаптацію до українських реалій.
Мобільна версія	система має мобільну версію, що дозволяє працівникам турагенції працювати з нею з будь-якого пристрою
Гнучкість налаштувань	система має мобільну версію, що дозволяє працівникам турагенції працювати з нею з будь-якого пристрою
Доступна ціна	система пропонується за доступною ціною, що робить її доступною для малого та середнього бізнесу
Мінімізація втрати дзвінків, заявок, листів.	якщо дані про клієнтів вносяться вручну, частина інформації буде втрачена. Менеджер може забути, пропустити повз увагу, втратити заявки. При автоматизації кожен дзвінок, лист та інші звернення від клієнтів фіксуються та зберігаються.
Виправдання витрат за пошук нових клієнтів	Фіксація даних дозволяє створити шлях співпраці з кожним, щоб не втратити його.
Єдине сховище інформації для спрощеного контролю та обліку.	Керівнику не потрібно збирати блокноти менеджерів або бути присутніми під час їх роботи. Результат спілкування з кожним клієнтом описується у системі.
Стандартизований формат зберігання інформації.	У такому вигляді простіше аналізувати дані та складати звіти.
Використання готових рішень для успішного ведення та розвитку бізнесу.	CRM-система розроблені на основі позитивного досвіду та напрацювань експертів.
Визначення стадій вирви продажів.	Кожному клієнту легше надавати інформацію, що відповідає стадії вирви, на якій він знаходиться.

продовження додатку В

Таблиця В.2 – Переваги CRM системи для туристичної агенції

Чинник	Опис
Централізація даних клієнтів та інформації про бронювання	Турагенції щодня працюють з даними клієнтів — від консультацій до підтвердження бронювання. Їм потрібна система, яка допоможе збирати, зберігати та керувати даними. Туристична агенція CRM може консолідувати інформацію про клієнтів в єдиній базі даних. Це може включати такі деталі, як контактна інформація, попередні бронювання, відгуки та вподобання. Цей уніфікований підхід до управління контактами дає турагентам повний огляд історії подорожей і вподобань своїх клієнтів. Збір цієї інформації дозволяє турагентам адаптувати свої продукти та послуги до потреб клієнтів і надавати більш персоналізований досвід
Покращення продажів та маркетингу	CRM для туристичних агентств може допомогти турагентам керувати своїми продажами та маркетинговими зусиллями, оскільки доступ до інформації про клієнтів є безпроблемним процесом із централізованою базою даних. Використовуючи CRM для подорожей із таким маркетинговим рішенням, як Transpond, агенти можуть розробляти та проводити індивідуальні маркетингові кампанії, відстежувати залучення клієнтів і отримувати цінну інформацію про свою клієнтську базу. Цей підхід, що керується даними, дозволяє агентам адаптувати свої послуги відповідно до вподобань клієнтів, підвищуючи загальну ефективність продажів. Крім того, турагенти можуть досягти більшого, використовуючи таке програмне забезпечення, що призведе до більшої ефективності вашого бізнесу
Забезпечення кращого обслуговування клієнтів	Однією з найважливіших сфер, яку може покращити туристичний CRM, є обслуговування клієнтів. Виняткове обслуговування клієнтів має вирішальне значення для туристичних агентств. Якщо ви зможете надати своїм клієнтам більш індивідуальні послуги, вони почуватимуться більш цінними та з більшою ймовірністю повернуться. CRM для туристичних агентств допомагає надавати відповіді на відгуки, запити, консультації, а також вчасно реагувати на проблеми. Пропозиція підтримки та допомоги протягом усього процесу подорожі — це визначення відмінного обслуговування клієнтів для туристичних агентств
Покращити залучення та утримання клієнтів	При роботі з декількома клієнтами система CRM може спростити процес продажу для турагентів. Оскільки ваша клієнтська база розширюється, важливо зосередитися на залученні потенційних клієнтів і зміцненні лояльності до бренду. Існуючі клієнти потребують індивідуальної уваги, щоб продовжувати продажі. За допомогою системи CRM для подорожей ви можете отримати доступ до візуалізованого конвеєра, який дозволяє визначати етапи та відстежувати хід прийняття рішень — від консультації до фактичного бронювання
Відстеження продуктивності	CRM для турагентів може допомогти відстежувати продуктивність їх команди агентів. Цю інформацію можна використовувати для вдосконалення процесів і підвищення загальної продуктивності. Наприклад, CRM для подорожей може бути корисним для моніторингу та аналізу конвеєра продажів, що допомагає визначити кількість потенційних клієнтів, конверсій і доходів, отриманих турагентом. Він також може відстежувати ефективність роботи представників служби підтримки клієнтів, реєструючи запити клієнтів і час вирішення

продовження додатку В

Таблиця В.3 - Використання чат-ботів у туристичній індустрії

Чинник	Значення
Підтримка клієнтів і допомога в бронюванні	Сучасні чат-боти в туристичній індустрії чудово підтримують клієнтів у реальному часі. Вони допомагають мандрівникам бронювати авіаквитки, готелі та орендувати автомобілі, пропонуючи варіанти на основі індивідуальних уподобань. Крім того, чат-боти обробляють поширені запитання, зменшуючи навантаження на команди обслуговування клієнтів і надаючи підтримку 24/7.
Індивідуальні рекомендації	Чат-боти на основі штучного інтелекту можуть аналізувати дані та вподобання користувачів, щоб пропонувати персоналізовані рекомендації щодо подорожей. Чат-боти пропонують відповідні напрямки, види діяльності та варіанти розміщення, розуміючи інтереси мандрівника, бюджет та минулу історію подорожей.
Віртуальні путівники	Інноваційні чат-боти тепер служать віртуальними путівниками, пропонуючи інформацію про місцеві пам'ятки, події та заклади харчування в пункті призначення мандрівника. Вони також можуть надавати в режимі реального часу оновлення погодних умов і рекомендації для подорожей, забезпечуючи безперебійну подорож.
Мовний переклад	Мовні бар'єри можуть бути проблемою для міжнародних мандрівників. Чат-боти, оснащені можливостями мовного перекладу, допомагають подолати цю прогалину, полегшуючи спілкування з місцевими жителями. Одним із таких інструментів є перекладач Google на основі штучного інтелекту, який може перекладати текст на зображення в реальному часі. Тож не соромтеся скористатися цим або будь-яким іншим під час наступної подорожі!