

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та менеджменту
Кафедра економіки, підприємництва та туризму

Кваліфікаційна робота
на правах рукопису

Чугаєвська Ольга Юріївна

УДК 338.48:004

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В
ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ**

Спеціальність 242 «Туризм»

Подається на здобуття освітнього ступеня «Бакалавр»

кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання
ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ О.Ю. Чугаєвська

Керівник роботи

PhD, старший викладач кафедри економіки,
підприємництва та туризму

Осіпчук А. С.

Житомир – 2024

Висновок кафедри економіки, підприємництва та туризму

за результатами попереднього захисту: _____

допущено до захисту

Протокол засідання кафедри економіки, підприємництва та туризму

№ ____ від « ____ » _____ 2024 р.

Завідувач кафедри економіки, підприємництва та туризму

д.е.н., професор

(науковий ступінь, вчене звання)

(підпис)

Валінкевич Н. В.

(прізвище ,ім'я, по батькові)

« ____ » _____ 2024 р.

Результати захисту кваліфікаційної роботи

Здобувач вищої освіти _____ захистив(ла)
(прізвище ,ім'я, по батькові)

кваліфікаційну роботу з оцінкою: _____

сума балів за 100-бальною шкалою: _____

за національною шкалою: _____

Секретар ЕК

(науковий ступінь, вчене звання)

(підпис)

(прізвище ,ім'я, по батькові)

АНОТАЦІЯ

Чугаєвська О.Ю. Впровадження сучасних інформаційних технологій в забезпеченні діяльності туристичної галузі. – Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавр за спеціальністю 242 «Туризм». – Поліський національний університет, Житомир, 2024.

В кваліфікаційній роботі розглянуто сучасні інформаційні технології у сфері туризму, приділено увагу можливостям та перспективам використання сучасних інформаційних технологій, проаналізовано світові тенденції функціонування інформаційних технологій в туристичному бізнесі. Представлено напрями розвитку та пропозиції щодо вдосконалення використання інформаційних технологій. Розглянуто вплив використання інформаційних технологій на різні сегменти туристичного ринку та надано рекомендації щодо оптимального використання цих технологій з метою підвищення ефективності туристичної індустрії.

Ключові слова: інформаційні технології в галузі туризму, перспективи використання інформаційних технологій, сучасні можливості інформаційних технологій, туристичний бізнес.

SUMMARY

Chuhaievskaya O.U. Implementation of modern information technologies in supporting the activities of the tourism industry. - Qualification work on manuscript rights.

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in the specialty 242 "Tourism". – Polissia National University, Zhytomyr, 2024.

The qualification work examines modern information technologies in the tourism industry, focusing on the possibilities and prospects of using contemporary information technologies. It analyzes global trends in the functioning of information technologies in the tourism business. The paper presents directions for development and proposals for improving the use of information technologies. The impact of using information technologies on various segments of the tourism market is considered, and recommendations are provided for optimal utilization of these technologies to enhance the efficiency of the tourism industry.

Keywords: information technologies in tourism, prospects of using information technologies, modern opportunities of information technologies, tourism business.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ.....	7
1.1. Поняття та зміст інформаційних технологій у сучасній туристичній галузі.....	7
1.2. Методичні підходи до оцінки та використання інформаційних технологій на туристичних підприємствах	11
Висновок до розділу 1.....	17
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА «ТЕZ TOUR».....	18
2.1. Загальна характеристика туристичного підприємства «Tez Tour».....	18
2.2. Аналіз використання інформаційних технологій в діяльності підприємства.....	22
Висновок до розділу 2.....	27
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИЗМІ.....	28
3.1. Імплементация сучасних можливостей функціонування інформаційних технологій в національний туристичний бізнес.....	28
3.2. Обґрунтування напрямів розвитку та розробка пропозицій щодо вдосконалення використання інформаційних технологій на прикладі туристичного підприємства «Tez Tour».....	30
Висновок до розділу 3.....	35
ВИСНОВКИ.....	37
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	40
ДОДАТКИ.....	44

ВСТУП

Актуальність теми. Посилення конкуренції на світових ринках туристичних послуг зумовлює необхідність виявлення факторів, які мають безпосередній вплив на підвищення продуктивності та конкурентоспроможності туристичних підприємств. В жорстких умовах конкуренції, постійній появі нових товарів та послуг стоїть першочергова задача не втратити своїх клієнтів та підтвердити якість своїх товарів та послуг на ринку.

У зв'язку з цим зростає роль сучасних інформаційних технологій та систем для туристичного бізнесу. На сьогодні діяльність більшості бізнесових структур характеризується відсутністю цілісної концепції маркетингових комунікацій і недостатнім використанням інноваційних технологій. Тому вивчення сучасних методів інновацій та вмале їх використання у сфері туризму є надзвичайно актуальним питанням сьогодення.

Під інформаційними технологіями мають на увазі не лише автоматизовані системи та технології. Усі процеси, пов'язані з обробкою інформації, включають в себе ряд кроків, які важко переоцінити. Ці кроки включають реєстрацію, збір, передачу, зберігання та обробку інформації, а також видачу інформації та прийняття управлінських рішень. У сучасному світі інформаційні технології відіграють невід'ємну роль у реалізації цих процесів в різних інформаційних системах.

Інформаційні технології – це структуровані взаємозв'язки між людьми, системами, даними та процесами, які використовуються для збору, обробки, зберігання та поширення інформації. Ці технології є ключовим компонентом сучасних організацій та бізнесу, оскільки вони допомагають підвищити ефективність, швидкість обробки інформації та якість прийняття рішень.

Робота із сучасними інформаційними системами передбачає також допомогу у зміцненні іміджу компанії та популяризацію всієї індустрії в цілому. Тому, вивчення вибору інноваційних інструментів у сфері туризму є надзвичайно актуальним на сьогодні.

Мета роботи – розробити рекомендації щодо вдосконалення використання сучасних інформаційних технологій на прикладі туристичного підприємства «Tez Tour».

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

1. Розкрити поняття та зміст інформаційних систем у сучасній туристичній галузі;
2. Розглянути методичні підходи до оцінки та використання інформаційних технологій на туристичних підприємствах;
3. Надати загальну характеристику туристичного підприємства «Tez Tour»;
4. Здійснити аналіз використання інформаційних систем в діяльності туристичного підприємства;
5. Дослідити світові тенденції функціонування інформаційних технологій в туристичному бізнесі;
6. Обґрунтувати напрями розвитку та розробити пропозиції щодо вдосконалення використання інформаційних систем на прикладі туристичного підприємства «Tez Tour».

Об'єктом дослідження є процес впровадження сучасних інформаційних технологій в забезпеченні діяльності підприємства «Tez Tour».

Предмет дослідження – сукупність теоретико-методичних підходів щодо забезпечення діяльності туристичної галузі для впровадження сучасних інформаційних технологій.

У ході роботи використані такі **методи дослідження**, як описовий, аналітичний, а також метод узагальнення й критичного аналізу літератури згідно теми дослідження, відбір та обробка матеріалу.

При написанні кваліфікаційної роботи було використано праці вітчизняних спеціалістів туристичної сфери: В. І. Антоновича, А. В. Анциферова, П. І. Грабовського, В. А. Доманицького, В. Д. Данчука, Д. В. Луцюк, І. М. Якубенко, Н. П. Длугунович, В. В. Іванова, В. О. Москаленко, О. І. Пономаренко, В. С. Виноградського, А. П. Кибанова, В. А. Євтушевського, О. В. Крушельницької, Д. П. Мельничука; навчальні посібники, монографії, наукові праці іноземних авторів, інтернет-ресурси з матеріалами щодо особливостей організації стимулювання попиту в сфері туризму.

Апробації результатів дослідження:

1. Осіпчук А. С., Чугаєвська О. Ю. Сучасні можливості та перспективи використання інформаційних систем в туризмі. «СТУДЕНТСЬКІ НАУКОВІ ЧИТАННЯ – 2023» Науково–практична конференція за результатами I туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт Житомир : 2023. С. 36-39.

2. Осіпчук А. С., Чугаєвська О. Ю. Інформаційні системи та платформи як фасилітатори туристичного бізнесу. *Туризм: міжнародний досвід та національні пріоритети: матеріали Всеукр. наук.-практ. конференція (м. Житомир, 10-11 квітня 2024р.)*. Житомир: Поліський національний університет, 2024. С. 49-52.

Практичне значення одержаних результатів. Результати дослідження, мають прикладний характер та можуть бути використані практикуючими туристичними підприємствами в Україні.

Структура та обсяг роботи. Структурно робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Робота налічує 43 сторінки комп'ютерного тексту, 7 таблиць, 6 рисунків, список використаної літератури містить 40 джерел, 1 додаток.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

1. Поняття та зміст інформаційних технологій у сучасній туристичній галузі

Інформаційна система (ІС) – це організована система, яка забезпечує збір, зберігання, обробку, аналіз і передачу інформації з метою підтримки прийняття рішень та виконання різних функцій і завдань у конкретній області або діяльності. Сучасні інформаційні системи, завдяки інноваціям останніх десятиліть ХХ століття, стали невіддільною частиною туристичної індустрії. Інформаційні системи в туризмі охоплюють цілий спектр процесів – це від збору та аналізу інформації до її розповсюдження та ефективного використання [4, с. 112].

У контексті туризму, інформаційні технології трансформували способи, якими компанії взаємодіють з клієнтами, управляють послугами та оптимізують свою діяльність. Це сприяло створенню гнучких, високоефективних систем, які забезпечують безперервний потік інформації між туристами, постачальниками послуг та різними учасниками ринку.

Інформаційні системи в туризмі не лише спрощують бронювання та управління подорожами, але й відіграють ключову роль у створенні нових туристичних продуктів і послуг. Завдяки їм, наприклад, з'явилася можливість «електронного туризму», який відкриває нові горизонти для відвідування віддалених та недоступних місць через віртуальні тури [2].

Як відомо, туризм – це торгівля послугами. І, в першу чергу, це комплексна і різноманітна послуга як з точки зору виробника, так і споживача. Система в сфері туризму дуже схожа на систему будь-якої іншої сфери економічної діяльності.

Виробники туристичних послуг діють у чітко визначеній структурі управління, що складається з урядових і ділових організацій, галузевих асоціацій (наприклад, готелів, авіакомпаній, туристичних агентств тощо) [3].

Інформація є ланкою, яка з'єднує різних постачальників в рамках єдиної туристичної структури. Крім того, найважливішою особливістю туризму є те, що відносини між виробниками і постачальниками здійснюються за допомогою потоку інформації. Ці інформаційні потоки представляють не лише конкретні потоки даних, але й самі послуги та платежі. Такі послуги, як проживання в готелях і місця в літаку, не відображаються у фізичній формі та не перевіряються під час продажу в пунктах призначення. Єдиним орієнтиром щодо наявності та якості товару є інформація.

Отже, можна зробити висновок, що наявність достовірної інформації та швидкість її розповсюдження є такими ж важливими для виживання індустрії туризму, як і фактичне надання туристичних послуг споживачам. Відзначимо, що впровадження інформаційних систем у туристичну індустрію включало в себе кілька етапів (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Етапи впровадження інформаційних технологій в сферу туризму

Період	Етап	Характеристика
1960-ті	Початок використання комп'ютерних технологій	Перші автоматизовані системи бронювання для авіакомпаній. Введення основних комп'ютерних систем у великих готелях.
1970-ті	Розвиток глобальних дистрибуційних систем (GDS)	Створення міжнародних систем бронювання, зв'язків між готелями та авіакомпаніями. Початок електронного управління цінами та наявністю місць.
1980-ті	Поява персональних комп'ютерів та мереж	Інтеграція персональних комп'ютерів в туристичному бізнесі. Розвиток локальних мереж та баз даних.

Продовження табл. 1.1

Етапи впровадження інформаційних технологій в сферу туризму

1990-ті	Інтернет-революція	Поява онлайн-бронювань і веб-сайтів туристичних компаній. Розвиток електронної комерції в туризмі.
2000-ті	Мобільні технології та соціальні мережі	Використання смартфонів для бронювань і пошуку інформації. Вплив соціальних мереж на туристичний маркетинг.
2010-ті	Штучний інтелект та автоматизація	Впровадження AI для персоналізації пропозицій. Автоматизація обслуговування клієнтів через чат-боти.
2020-ті	Інновації та розвиток	Розвиток технологій віртуальної і доповненої реальності. Збільшення ролі сталого розвитку туризму та цифрових технологій в його підтримці. Продовження інтеграції AI і машинного навчання для оптимізації подорожей.

Джерело: складено автором на основі [6]

На сьогодні в туризмі існує багато понять та термінів, пов'язаних з інформаційними системами. Розглянемо їх основні види:

1. Бронювальна система (CRS – Computer Reservation System) дозволяє готелям, авіакомпаніям, автоперевізникам та іншим постачальникам туристичних послуг керувати бронюваннями та продажами своїх послуг.

2. Система управління готельним підприємством (PMS – Property Management System) використовується готелями та іншими місцями розміщення для обліку та управління гостьовими послугами, включаючи реєстрацію, виписку, облік запасів і фінансовий облік.

3. Система управління відносинами з клієнтами (CRM – Customer Relationship Management) допомагає організаціям вести базу даних клієнтів, слідкувати за їхніми потребами та взаємодіями з ними, а також підтримувати та розвивати відносини з клієнтами.

4. Маркетингова автоматизація (Marketing Automation) дозволяє автоматизувати маркетингові процеси, такі як розсилка електронних листів, ведення соціальних медіа і веб-аналітика, для залучення та утримання клієнтів.

5. Менеджмент туроператорської діяльності (Tour Operator Software) допомагає туроператорам керувати турпакетами, резервуваннями та логістикою турів.

6. Мобільні додатки для туризму: мобільні додатки розроблені для туристів і можуть включати в себе функції навігації, бронювання, пошуку місць розміщення та інші корисні інструменти.

7. Системи бізнес-аналітики (Business Intelligence). Ці системи дозволяють аналізувати та візуалізувати дані, пов'язані з туристичною діяльністю, для прийняття обґрунтованих рішень.

8. Електронний каталог турів і подорожей (Online Travel Catalog), де клієнти можуть переглядати тури, оцінювати їх і бронювати онлайн.

9. Системи екскурсій та аудіогіди (Tour Guide Systems). Ці системи допомагають туристам отримувати інформацію про визначні місця та екскурсії за допомогою аудіогідів та мобільних додатків.

10. Електронні платіжні системи (Payment Systems): Для спрощення оплати за туристичні послуги інформаційні системи можуть включати в себе рішення для онлайн-платежів.

Ці та інші інформаційні системи допомагають підвищити ефективність, зручність та якість обслуговування туристів у сучасній туристичній галузі.

Отже, інформаційні системи в сучасній туристичній галузі грають важливу роль у вирішенні багатьох завдань та покращенні якості обслуговування туристів і оптимізації бізнес-процесів (рис. 1.2).

Інформаційні системи в туризмі дозволяють туристам бронювати різні послуги онлайн, допомагають готелям та іншим місцям розміщення ефективно керувати обліком гостьового обслуговування, сприяють в розробці та виконанні маркетингових кампаній для залучення клієнтів, а

також забезпечують збір та аналіз даних про туристичні потоки та фінансові результати. Крім цього, інформаційні системи надають можливість впроваджувати мобільні додатки, системи управління відносинами з клієнтами (CRM) та системи безпеки для забезпечення комфорту та безпеки туристів.

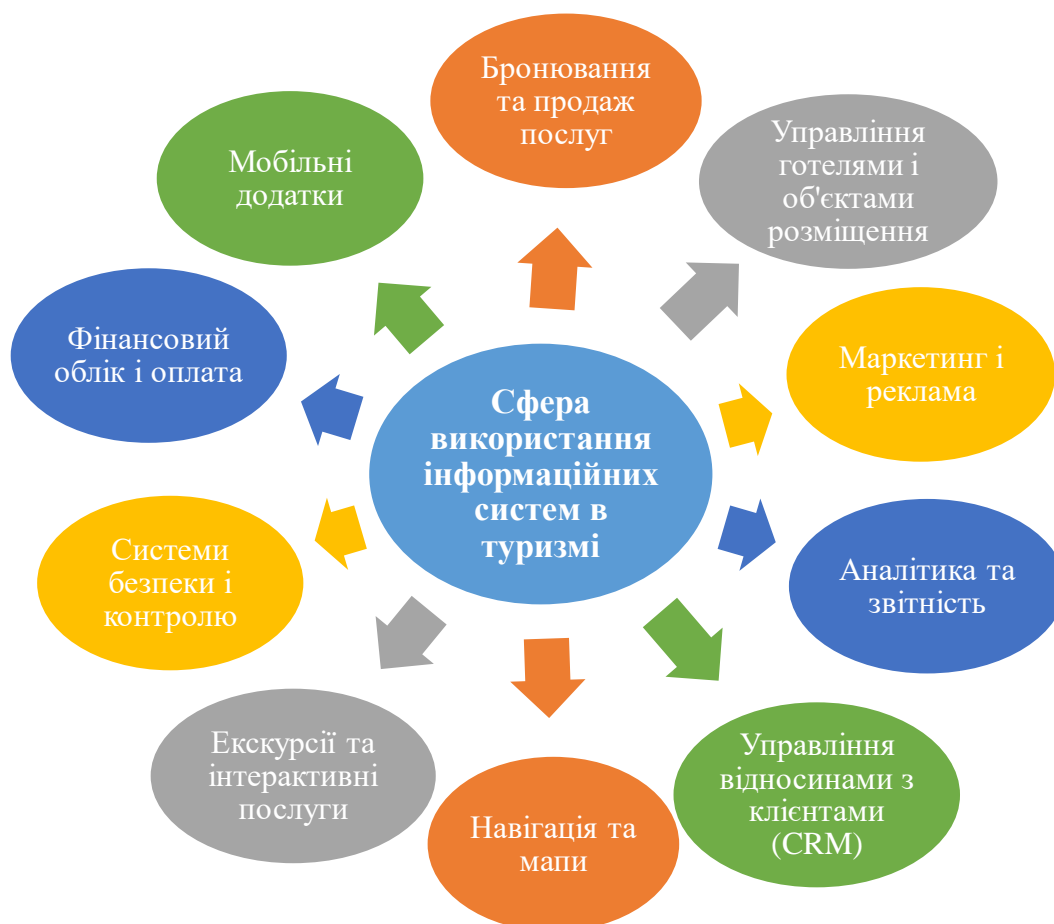


Рис. 1.1. Сфери використання інформаційних систем в туризмі

Джерело: складено автором на основі [9]

Інформаційні системи в туризмі стали невід'ємною частиною галузі, допомагаючи підвищити конкурентоспроможність, покращити обслуговування клієнтів і забезпечити ефективність бізнес-процесів.

1.2. Методичні підходи до оцінки та використання інформаційних технологій на туристичних підприємствах

Оцінка та використання інформаційних систем на туристичних підприємствах вимагає системного та стратегічного підходу. Для досягнення цієї мети можуть бути корисні різні методичні підходи, розроблені як вітчизняними, так і міжнародними дослідниками та вченими.

В цьому контексті важливо відзначити внесок науковців, таких як Оксана Матвієнко, Ірина Бодянська, Лариса Карпенко, Олена Химич і Олег Романенко, які активно досліджують інформаційні системи в туризмі та сфері гостинності в Україні. Саме їх наукові роботи та публікації в цій області допомагають вдосконалювати методичні підходи та практичні стратегії використання інформаційних систем на туристичних підприємствах в Україні.

Один із таких підходів – SWOT-аналіз, який допомагає визначити сильні та слабкі сторони інформаційних систем на підприємстві. Це дає змогу виділити переваги, такі як підвищення продуктивності, поліпшення обслуговування клієнтів, та зрозуміти проблеми, такі як технічні обмеження або недостатній рівень підготовки персоналу [5, с. 81].

Крім того, SWOT-аналіз допомагає виявити можливості для розвитку, такі як розширення асортименту послуг або залучення нових клієнтів, а також загрози, такі як кібератаки або зміни на ринку туристичних послуг.

Ще одним важливим методом є ROI-аналіз, який дозволяє оцінити фінансові переваги від використання інформаційних систем. Цей аналіз передбачає оцінку витрат на впровадження та підтримку системи, а також прогнозування очікуваних фінансових результатів, таких як збільшення прибутку чи зменшення витрат. Розрахунок ROI допомагає визначити ефективність інвестицій у інформаційні системи [21, с. 60]. Бенчмаркінг – це інший метод, який може бути корисним для оцінки продуктивності та ефективності інформаційних систем. Він передбачає порівняння систем на вашому підприємстві з аналогічними системами на інших туристичних підприємствах або в інших галузях. Це допомагає виявити найкращі

практики та можливості для покращення використання інформаційних систем [14].

Аудит інформаційних систем – це ще один метод, який дозволяє оцінити стан інформаційних систем щодо їхньої безпеки, надійності та відповідності стандартам і регулюванням. Він також допомагає виявити слабкі місця та рекомендації щодо їх виправлення.

Стратегічне планування інформаційних систем – метод, який передбачає визначення довгострокових цілей та стратегії використання інформаційних систем для досягнення цих цілей. Розробка плану впровадження і розвитку інформаційних систем допомагає відповідати стратегічним завданням.

Розглянуті методичні підходи можуть допомогти туристичним підприємствам ефективно оцінювати, планувати і використовувати інформаційні системи для покращення своєї діяльності та досягнення поставлених цілей і завдань, до яких найчастіше відносять:

- підвищення продуктивності праці шляхом скорочення часу обслуговування клієнтів,
- заохочення інтенсивнішого споживання розроблених турів чи окремих послуг,
- заохочення туристів до придбання послуг, які є новими для них, привернення уваги до туристичного продукту тих, хто вже користується схожими послугами конкурентів [12, с. 28].

Стратегії використання інформаційних систем в діяльності підприємства формуються у вигляді скоординованого плану дій (рис.1.2).



Рис. 1.2. Головні етапи використання інформаційних систем

Джерело: складено автором на основі [9]

Перший етап передбачає детальний аналіз потреб підприємства у використанні інформаційних систем. Визначаються цілі та завдання, які повинні вирішуватися за допомогою ІС, а також обговорюються можливі обмеження та ризики. На наступному етапі обираються відповідні інформаційні системи та технології, які відповідають потребам підприємства. Це можуть бути внутрішні розробки, зовнішні рішення або їх поєднання.

Після цього інформаційні системи фактично впроваджуються в роботу. Цей етап включає в себе інсталяцію необхідного обладнання, програмного забезпечення, налаштування систем та навчання персоналу. Після впровадження системи проводиться її тестування для перевірки на відповідність специфікаціям та коректності роботи. Якщо виявляються помилки чи проблеми, вони виправляються. Важливим етапом є навчання співробітників, які будуть користуватися інформаційними системами. Персонал повинен знати, як правильно використовувати ІС для вирішення своїх завдань. Після успішного тестування та навчання інформаційні системи вводяться в робочий процес підприємства. Зазвичай це відбувається поетапно, починаючи з окремих відділів чи процесів. Тоді необхідно забезпечити її подальшу підтримку та обслуговування. Це включає в себе вирішення поточних завдань, оновлення програмного забезпечення та регулярну перевірку на відповідність потребам підприємства [24].

Після певного періоду роботи з інформаційною системою проводиться оцінка результатів впровадження. Аналізується ефективність, виявляються можливі покращення та корективи для подальшого розвитку ІС.

Модульність та інтеграція інформаційних систем дозволяють нарощувати їхню функціональність зі зміною потреб туристичного підприємства. Методика оцінки використання інформаційних систем базується на організаційних, економічних та соціальних показниках.

Організаційні показники оцінюють вплив інформаційних систем на організаційну структуру та діяльність підприємства, враховуючи скорочення часу прийняття рішень, якість керівних рішень і оперативність звітності.

Економічні показники враховують зниження витрат на управління, підвищення показника продуктивності персоналу та оптимальне використання ресурсів. Соціальні показники оцінюють вплив інформаційних систем на соціальну сферу, включаючи ведення цілісної індивідуальної трудової історії працівників, підготовку кадрового резерву і покращення якості обслуговування та задоволення клієнтів [10, с. 18]. Перевага впровадження інформаційних систем полягає не тільки в зниженні витрат на оплату праці, але й у покращенні якості обслуговування, розширенні обсягу обслуговування та скороченні часу підготовки нових бізнес-послуг, що сприяє підвищенню гнучкості процесів обслуговування та залученню більшого обсягу клієнтів. Таким чином, для забезпечення прийняття рішень про застосування інформаційних технологій в туризмі, та їх якісного дослідження, необхідно використовувати методи системного аналізу (табл. 1.2):

Таблиця 1.1

Методичні підходи до оцінки ІС на туристичних підприємствах

Методи системного аналізу	Обґрунтування
Когнітивне моделювання	встановити взаємозв'язок і вплив між елементами системи
	оцінити стійкість системи під дією зовнішніх сили
SWOT-аналіз	виявити сильні і слабкі сторони підприємства
	виявити можливості і загрози зовнішнього середовища регіону, підприємства
	виробити стратегії сталого розвитку підприємства
Статистичний аналіз	Цей метод базується на порівнянні фінансових показників до та після впровадження ІТ-рішень. Різниця у прибутках вимірюється за формулою: $E = Pr_0 - Pr_1$, де Pr_0 — прибуток до використання ІТ, а Pr_1 — прибуток після впровадження ІТ.
Метод оцінки часової	Цей підхід полягає у визначенні економії часу завдяки автоматизації процесів та перерахуванні зекономленого часу у фінансовий еквівалент. Використовується формула: $E = \sum (t_0 - t_1) *$

ефективності	Т _{тс} , де t ₀ — час, який витрачався до впровадження ІТ, t ₁ — час після впровадження, а Т _{тс} — середня годинна ставка на підприємстві.
--------------	---

Джерело: складено автором за [9]

Взагалі вплив інформаційних технологій на туристичні підприємства величезний, оскільки безпосередньо пов'язаний з підвищенням ефективності роботи кожного працівника і всього підприємства. Це безпосередньо впливає на конкурентоспроможність підприємств на сучасному ринку. Наскрізна автоматизація всіх бізнес-процесів туристичного бізнесу з використанням комп'ютерних мереж та Інтернет-технологій, програмних продуктів – це не тільки питання лідерства та створення конкурентної переваги сьогодні, але й виживання на ринку в найближчому майбутньому. Процеси використання інформаційних технологій повинні бути узгоджені з розробленими бізнес-маркетинговими стратегіями. Організаційний дизайн необхідно регулярно оцінювати, щоб оцінити його адекватність і визначити необхідні зміни.

Застосування інформаційних технологій включає в себе керівні принципи дій щодо заходів, які повинні бути реалізовані, хто що робить, дати та місце реалізації, а також те, як буде здійснюватися реалізація. Ефективність впровадження залежить від декількох факторів, включаючи навички і цілеспрямованість залучених людей, організаційний дизайн, стимули й ефективність комунікації всередині організації та за її межами.

Реалізація використання інноваційних технологій – це безперервний процес прийняття рішень, їх реалізації та відстеження ефективності з плином часу. Оцінка і контроль пов'язані з відстеженням продуктивності і, при необхідності, зміні планів, щоб підтримувати її на належному рівні. Оцінка також включає в себе пошук нових можливостей і потенційних загроз у майбутньому. Це важлива ланка в процесі впровадження інформаційних технологій на підприємствах туристичної сфери.

Висновок до розділу 1

Інформаційні системи в туризмі стали важливим і неодмінним елементом, що сприяє оптимізації бізнес-процесів, покращенню обслуговування клієнтів та створенню інноваційних туристичних продуктів. Інформаційні технології трансформують способи взаємодії компаній з клієнтами та впливають на управління послугами та діяльність туристичних підприємств. Виробники туристичних послуг використовують інформаційні системи для управління бронюваннями, маркетингу та розвитку нових продуктів. Завдяки розвитку технологій, особливо з появою Інтернету та мобільних технологій, підприємства можуть надавати більше послуг онлайн і покращувати якість обслуговування.

Методичні підходи до оцінки та використання інформаційних технологій на туристичних підприємствах включають SWOT-аналіз, статистичний аналіз, ROI-аналіз, аудит інформаційних систем, стратегічне планування та інші методи. Ці підходи допомагають оцінити ефективність використання ІТ в галузі туризму, вирішити проблеми та забезпечити подальший розвиток підприємств. У процесі впровадження інформаційних систем важливо планувати, налагоджувати та оцінювати результати, забезпечуючи найбільшу користь для самого підприємства та його клієнтів.

Дослідження також вказує на важливість навчання персоналу у сфері інформаційних технологій для забезпечення успішного впровадження та використання ІТ-рішень в туристичному бізнесі. Професійно підготовлений персонал може бути ключовим фактором у використанні новітніх технологій та забезпеченні конкурентних переваг на ринку.

Дослідження інформаційних технологій в туристичному бізнесі є важливим напрямком розвитку сучасної галузі та сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичних компаній. Використання інформаційних технологій дозволяє підвищувати ефективність управління, залучати більше клієнтів та створювати унікальні туристичні пропозиції.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА «TEZ TOUR»

2.1. Загальна характеристика туристичного підприємства «Tez Tour»

Туристичне підприємство «Tez Tour» є комерційною юридичною організацією, спрямованою на отримання прибутку. Воно діє відповідно до законодавства України. Термін його діяльності не має обмежень і базується на самофінансуванні [27].

Основні види діяльності підприємства представлені на рисунку 2.1:



Рис. 2.1. Основні види діяльності туристичного підприємства «Tez Tour»

Джерело: складено автором на основі [29]

Організаційна структура фірми «Tez Tour» є лінійно-функціональною, що означає, що між функціями та обов'язками і відповідальністю за виконану роботу існує відповідність та взаємозалежність, недотримання одних повноважень впливає на систему в цілому (рис. 2.2) [28].



Рис. 2.2. Організаційна схема ТОВ «Tez Tour»

Джерело: складено автором на основі [32]

Кваліфіковані співробітники турфірми з увагою ставляться до індивідуальних та групових замовлень і використовують сучасні комп'ютерні системи бронювання та продажу.

Напередодні подорожі працівники (менеджери) фірми телефонують, для нагадування туристу про майбутню поїздку, акцентують увагу на важливих деталях підготовки до подорожі чи походу, списку необхідного екіпірування та особистих речей (Додаток А).

За час свого існування туристичне підприємство отримало досвід у проведенні рекламних кампаній, у цій діяльності практично немає недоліків: ефективність рекламної кампанії оцінюється високо в інтернет-просторах, друкований матеріал фірми (фотокнижки, сувеніри) ретельно опрацьовані. Так як «Tez Tour» – це підприємство, що давно зарекомендувало себе, воно виявляє інтерес до туристичної спільноти та приймає участь у всіх різноманітних туристських заходах і конференціях.

Основні показники фінансово-господарської діяльності туристичного підприємства «Tez Tour» наведені в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Динаміка основних показників фінансово-господарської діяльності туристичного підприємства «Tez Tour», у 2019 – 2021 рр, тис. грн.

Показник	Роки			Відхилення 2019/2020		Відхилення 2020/2021	
	2019	2020	2021	+/-	%	+/-	%
Дохід (виручка) від реалізації послуг	675,0	410,0	743,7	350,0	5,2	2337	32,9
Непрямі податки та інші вирахування	112,5	121,6	160,1	91,0	8,1	392,1	32,2
Чистий дохід(виручка) від реалізації послуг	562,5	697,8	782,9	135,4	24,1	850,5	12,2
Інші операційні Доходи	130,1	121,6	90,7	-8,5	-6,5	-30,9	-25,4
Разом чисті доходи	575,5	716,0	791,6	140,9	24,4	759,6	10,6
Матеріальні затрати	29,8	34,8	42,5	5,0	16,9	7,7	22,1
Витрати на оплату Праці	170,9	230,9	302,3	60,0	35,1	71,4	30,9
Відрахування на соціальні заходи	64,1	85,6	105,2	21,5	33,6	19,6	22,9
Інші операційні Витрати	4350,4	6256	6423,7	1905,2	43,8	168,1	2,7
Податок на прибуток	285,0	156,7	196,3	-128,3	-45,0	39,6	25,3
Разом витрати	465,1	347,3	514,3	1858,1	40,3	661,1	10,2
Чистий прибуток	155,9	126,8	285,3	-228,2	-26,7	158,5	25,3
Рентабельність	18,5	11	10	-7,5	-40,6	-1	-9,1

Джерело: складено автором на основі [32]

Як видно з таблиці, рентабельність послуг досягла 18,5%, що є найвищим показником за останні роки. Однак, незважаючи на зростання доходів, рентабельність впровадження сервісу до 2021 року впала з 11% до 10%, тому компанії необхідно підвищувати ефективність своєї діяльності.

З описаного вище випливає, що основними пріоритетами розвитку туристичного підприємства «Tez Tour» на найближчу перспективу є наступні напрями: розширення штату, збільшення географії обслуговування

туристів; збільшення обсягу реалізованих послуг, укладання договорів з партнерами.

Розглянемо загальну схему елементів бізнес процесів турфірми детальніше (рис. 2.3), беручи до уваги організаційну структуру туристичного підприємства.

У групу «Основні БП» виділено процеси, які є життєзабезпечуючими для компанії. Головне їхнє завдання – генерація прибутку. Забезпечуючі процеси беруть участь у роботі бек-офісу. Вони є допоміжними стосовно основних процесів турфірми.

У групу процесів «Маркетинг» було виділено канали, якими компанія може залучати клієнтів. Головними над усіма є процеси управління. Вони відповідають за функціонування компанії, взаємодію всіх процесів, за підвищення ефективності роботи та збільшення прибутку [40]. «Tez Tour» - підприємство, що прагне удосконалювати якість наданих послуг з орієнтацією на отримання відповідного прибутку.

Маркетинг	Основні БП	Допоміжні БП	БП управління
<ul style="list-style-type: none"> • Аналіз ринку • Зовнішня реклама • Робота в соц. мережах 	<ul style="list-style-type: none"> • Продаж турпродукту • Сервіс • Робота з базою • Зворотній зв'язок 	<ul style="list-style-type: none"> • Бухгалтерська звітність • Юридичне забезпечення • ІТ, забезпечення зв'язку 	<ul style="list-style-type: none"> • Стратегічне управління • Фінансове управління • Менеджмент процесів • Аналітика робіт • Підбір та управління персоналом

Рис. 2.3. Елементи бізнес процесів туристичного підприємства «Tez Tour»

Джерело: складено автором на основі [29]

За представленими даними можна дійти втішного висновку про те, що в цілому організація діяльності туристичного підприємства «Tez Tour» має позитивний характер, про що свідчить великий досвід роботи на ринку, популярність та репутація фірми. Якість обслуговування, на основі зворотнього зв'язку, оцінюється клієнтами добре. Колектив стабільний та

виконує поставлені перед ним завдання. Всі українські туристичні підприємства на сьогодні в неприємному становищі. Ніхто не може застрахувати від форс-мажорів, пов'язаних з епідеміями, війнами та авіакомпаніями. Однак надійні туркомпанії намагаються знайти вихід з мінімальними витратами.

Для будь-якого підприємства головним є зміцнення ринкових позицій, що досягається лише в умовах економічного зростання, яке обов'язково настане, як тільки ми переможемо в війні, яку не починали і сфокусуємося на розбудові нашої економіки та держави в цілому.

2.2. Аналіз використання інформаційних технологій в діяльності підприємства

На сьогоднішній день, функціонування туристичних підприємств практично неможливе без використання інформаційних систем та технологій [23]. Аналіз використання інформаційних систем у діяльності туристичного підприємства «Tez Tour» відіграє ключову роль у забезпеченні його конкурентоспроможності на глобальному ринку. Як один з лідерів у туристичній індустрії, «Tez Tour» використовує різноманітні інформаційні системи для автоматизації процесів, оптимізації управління ресурсами та підвищення рівня обслуговування клієнтів (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Аналіз використання інформаційних систем в діяльності «Tez Tour»

Тип Системи	Призначення	Ключові Особливості	Назва системи
Глобальні дистрибуційні системи (GDS)	Бронювання авіаквитків, готелів, оренда авто, інші туристичні послуги	Широка мережа доступу до постачальників, інтеграція різних послуг	Amadeus
Системи управління відносинами з клієнтами (CRM)	Управління інформацією про клієнтів, взаємодії з ними, історія звернень	Збір даних про клієнтів, аналіз взаємодій, управління маркетинговими кампаніями	Salesforce, Microsoft Dynamics 365, Zoho CRM

Продовження табл. 2.2

Аналіз використання інформаційних систем в діяльності «Tez Tour»

Платформи електронної комерції	Онлайн-продаж туристичних продуктів і послуг	Інтеграція з платіжними системами, користувацькі інтерфейси, мобільна оптимізація	Magento
Системи планування ресурсів підприємства (ERP)	Інтеграція бізнес-процесів, управління фінансами, запасами, логістикою	Оптимізація ресурсів, автоматизація процесів, фінансовий облік	Microsoft Dynamics NAV
Аналітичні інструменти	Аналіз даних для оптимізації бізнес-стратегій, підвищення продажів	Збір і візуалізація даних, передбачення тенденцій, моніторинг ефективності кампаній	Google Analytics,
Системи управління контентом (CMS)	Управління веб-контентом, оновлення інформації на сайтах і в додатках	Легке оновлення контенту, SEO оптимізація, взаємодія з користувачами	WordPress
Інструменти для управління проектами	Координація виконання проектів, задач, комунікація між командами	Організація робочих процесів, спілкування в командах, трекінг прогресу	Microsoft Project
Інструменти для зв'язку та співпраці	Підтримка комунікацій між співробітниками на різних локаціях	Відеоконференції, чати, спільна робота над документами	Microsoft Teams, Zoom
Інструменти для кібербезпеки	Захист інформаційних систем та даних від несанкціонованого доступу, зловмисних атак	Шифрування даних, моніторинг мережі, запобігання витокам інформації	McAfee

Джерело: складено автором на основі [29]

Використовуючи ці інформаційні системи, компанія виконує наступні завдання:

1. Спрощення роботи з документацією: завдяки програмному забезпеченню системи Microsoft, «Tez Tour» отримує можливість ефективно керувати документами, що спрощує і прискорює внутрішні процеси.

2. Бронювання турів та CRM: «Tez Tour» розробили власну платформу для онлайн-бронювання туристичних послуг, відому як «TEZ Plus» (рис. 2.4).

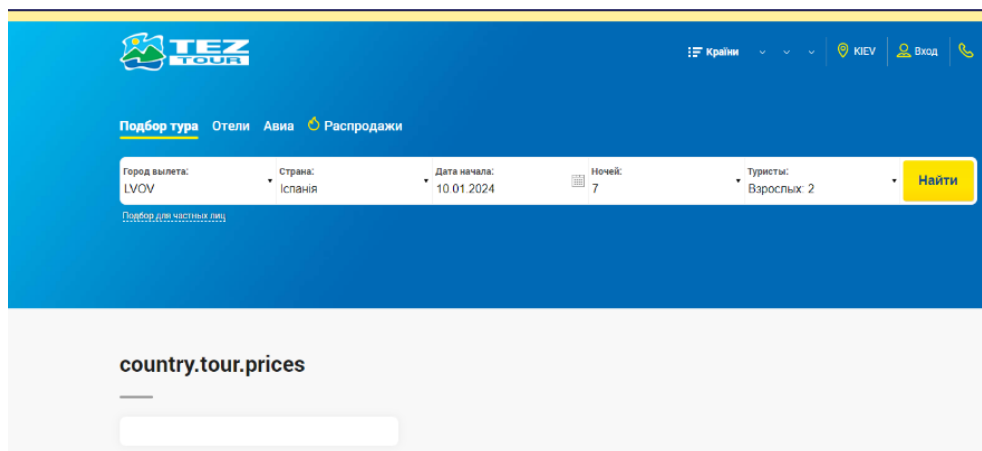


Рис. 2.4. Онлайн-бронювання на вебсайті «Tez Tour»

Джерело: [29]

Основними перевагами «TEZ Plus» є:

- швидкість і зручність роботи з будь-якого пристрою, включаючи смартфон.
- здатність зібрати індивідуальний тур будь-якої складності або використовувати динамічне бронювання.
- вигідні ціни, які в більшості випадків нижчі, ніж у інших онлайн-агрегаторів, з уже включеною комісією агентства.
- відсутність комісії за еквайринг при оплаті карткою.
- вбудовані інструменти продажів, такі як CRM, розсилки, віджети.

Платформа TEZ Plus також надає доступ до широкого спектру туристичних послуг, включаючи понад 600 тисяч готелів, вілл і апартаментів по всьому світу, авіабілету, трансфери, екскурсії, візи, страховку і оренду автомобілів.

Додаткові переваги включають push- і месенджер-повідомлення про всі події, що стосуються заявок агентів, створення власних колекцій готелів, динамічну корзину для бронювання, автоматичне заповнення паспортних даних туристів та багато іншого.

4. Доступ до електронних каталогів і сайтів: турфірма отримує доступ до широкого спектру інформації про готелі, ресторани та розважальні програми, що допомагає створювати більш різноманітні тури та надавати розширений список додаткових послуг.

5. Проведення платежів через інтернет: забезпечить зручний і безпечний спосіб оплати послуг для клієнтів на вебсайті компанії [26].

На сьогоднішній день, веб-сайт є невід'ємною частиною діяльності багатьох підприємств. Сайт «Tez Tour» надає клієнтам можливість бути в курсі останніх новин та подій у сфері туризму, такі як нові пропозиції, акції та події. Клієнти можуть знайти детальну інформацію про країни і курорти, в які «Tez Tour» пропонує тури. Це включає в себе опис місцевих визначних місць, кліматичні умови, культурні особливості і більше. Сайт містить інформацію про різні доступні тури та напрямки подорожей, включаючи тури для різних типів подорожей, такі як відпочинок на пляжі, екскурсійні подорожі, гірські тури тощо. Клієнти також можуть знайти інформацію про співробітників компанії «Tez Tour» і дізнатися, де знаходяться їхні офіси та представництва. Відвідувачі сайту можуть залишати відгуки, висловлювання та поради щодо вибору країни, курорту чи готелю. Це допомагає покращити обслуговування та гарантує довіру клієнтів.

Варто відмітити, що створення та підтримка веб-сайту потребують певних інвестицій та зусиль. Проте це важливий інструмент для залучення клієнтів, створення позитивного іміджу та забезпечення доступу до інформації для широкого кола потенційних туристів.

Аналіз відвідуваності сайту через «Google Analytics», допомагає визначити ефективність рекламних кампаній та розробляти стратегії підвищення популярності. Для аналізу використання інформаційних систем у компанії «Tez Tour» за методом оцінки часової ефективності, можемо скласти таблицю на основі даних звітності підприємства. Таблиця відобразить час, витрачений на різні операції до впровадження інформаційних систем та після їх впровадження (табл. 2.3). Таблиця буде

включати такі стовпці: тип операції, затрачений час до впровадження ІС, та затрачений час після впровадження ІС.

Таблиця 2.3

Витрати часу на операційну діяльність до та після впровадження ІС на підприємстві «Tez Tour»

Операція	Час до впровадження ІТ (годин на місяць)	Час після впровадження ІТ (годин на місяць)	Зекономлений час (годин на місяць)
Бронювання через GDS	150	90	60
Обробка замовлень клієнтів	200	100	100
Фінансовий звіт	80	40	40
Маркетингова кампанія	160	80	80
Керування клієнтською базою	120	70	50
Загальна логістика	90	50	40

Джерело: складено автором на основі [29]

За таблицею 2.3 можна зробити висновок, що впровадження інформаційних систем (ІС) у підприємстві «Tez Tour» призвело до значного зменшення часу, витраченого на операційну діяльність. Наприклад, обробка замовлень клієнтів займали 200 годин на місяць до впровадження ІС, але після цього час скоротився до 100 годин на місяць, що свідчить про ефективність використання інформаційних технологій. Також помітно скорочення часу, витраченого на фінансову звітність, маркетингову кампанію, керування клієнтською базою та загальну логістику. Ці дані свідчать про позитивний вплив впровадження інформаційних систем на операційну ефективність підприємства «Tez Tour». Основні напрямки для подальшого розвитку включають підвищення швидкості доступу до

інформації, посилення маркетингових стратегій, збільшення прибутковості та вдосконалення якості обслуговування.

В цілому, використання інформаційних систем та технологій туристичною компанією «Tez Tour», є ефективним інструментом для підвищення ефективності, задоволення клієнтів та зростання бізнесу в туристичній індустрії.

Висновок до розділу 2

Туристичне підприємство використовує різноманітні інформаційні системи для автоматизації процесів, оптимізації управління ресурсами та підвищення рівня обслуговування клієнтів. Використання глобальних дистрибуційних систем, систем управління відносинами з клієнтами, платформ електронної комерції, систем планування ресурсів підприємства та інших інформаційних систем дозволяє підприємству оптимізувати бронювання турів, управляти клієнтською базою, проводити маркетингові кампанії та здійснювати платежі через інтернет.

Аналіз показав, що впровадження інформаційних систем в підприємстві призвело до значного зменшення часу на операційну діяльність, що свідчить про позитивний вплив цих технологій на ефективність роботи компанії. Зокрема, спрощення роботи з документацією, бронювання онлайн на платформі «TEZ Plus», використання аналітичних інструментів та управління контентом через вебсайт сприяють покращенню обслуговування клієнтів та збільшенню прибутковості.

Отже, використання інформаційних технологій у діяльності туристичного підприємства «Tez Tour» є ефективним та необхідним кроком для підвищення конкурентоспроможності, задоволення потреб клієнтів та забезпечення стабільного росту бізнесу в сучасних умовах глобального ринку туризму.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИЗМІ

3.1. Імплементация сучасних можливостей функціонування інформаційних технологій в національний туристичний бізнес

Сучасні тенденції в сфері інформаційних систем у туристичному бізнесі включають ряд інноваційних підходів та технологій:

1. Штучний інтелект та машинне навчання: ШІ та ML використовуються для створення персоналізованих рекомендацій туристичних послуг. Наприклад, системи, які аналізують попередні бронювання та переваги користувачів, можуть рекомендувати готелі, рейси та місця для відпочинку. Алгоритми ML можуть також використовуватися для оптимізації ціноутворення та управління доходами [39].

2. Розширена та віртуальна реальність: AR та VR технології дозволяють туристам віртуально відвідати місця до того, як вони зроблять бронювання. Наприклад, віртуальні тури по готелях або туристичних місцях, де можна «прогулятися» по об'єктах ще до подорожі.

3. Інтернет речей (IoT): застосування IoT в туризмі включає в себе розумні номери в готелях, де гості можуть керувати освітленням, температурою та іншими зручностями через мобільний додаток [33, с. 12]. Або ж використання IoT для відстеження багажу під час подорожей.

4. Технологія Блокчейн: Блокчейн може використовуватися для забезпечення безпечних та прозорих платежів, а також для спрощення процесів бронювання [30].

Наприклад, блокчейн може допомогти усунути необхідність в посередниках, таких як онлайн-агентства з бронювання, знижуючи вартість та підвищуючи ефективність.

5. Еко-усвідомлення: технології, що сприяють екологічному туризму та сталому розвитку, такі як електронні квитки та мобільні додатки для зменшення використання паперу, а також платформи для бронювання екологічних готелів або турів, набирають популярності [35].

6. Мобільні додатки та платформи: Наявність широкого спектру мобільних додатків, які дозволяють планувати подорожі, робити бронювання, отримувати інформацію про рейси, місцеві атракції та навіть використовувати їх в якості гідів.

Ці технології не тільки поліпшують досвід подорожей для споживачів, але й надають туристичним компаніям інструменти для більш ефективного управління ресурсами, взаємодії з клієнтами та розробки нових продуктів та послуг.

Отже, в туристичному бізнесі інформаційні системи стали невід'ємною частиною повсякденного функціонування. Вони допомагають компаніям збирати та аналізувати великі обсяги даних для кращого розуміння потреб та поведінки клієнтів, що в свою чергу сприяє розробці більш цільових маркетингових кампаній і покращенню якості обслуговування. Соціальні медіа відіграють важливу роль у просуванні туристичних продуктів, забезпечуючи платформу для взаємодії з клієнтами і збору відгуків. Мобільні додатки виступають в якості головного інструменту в руках сучасного мандрівника, надаючи інформацію та можливості для бронювання «тут і зараз». Ці додатки часто інтегруються з іншими системами, як-то глобальними системами, щоб надати більш зручний та ефективний сервіс.

Важливість кібербезпеки зростає у міру того, як компанії стикаються з великим обсягом чутливих даних клієнтів. Захист цих даних від кібератак та інших загроз є ключовим для збереження довіри клієнтів [22, с. 18]. Інформаційні системи також продовжують адаптуватися до швидких змін у технологіях та поведінці споживачів, демонструючи гнучкість у впровадженні нових функцій та послуг. Це дозволяє туристичним компаніям

не тільки задовольняти поточні потреби клієнтів, але й бути готовими до майбутніх тенденцій та викликів.

3.2. Обґрунтування напрямів розвитку та розробка пропозицій щодо вдосконалення використання інформаційних технологій на прикладі туристичного підприємства «Tez Tour»

Для обґрунтування напрямів розвитку та розробки пропозицій щодо вдосконалення використання інформаційних систем, необхідно провести SWOT-аналіз, щоб оцінити як сильні, так і слабкі сторони компанії, а також визначити потенційні загрози і можливості (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

SWOT-аналіз «Tez Tour» (визначення сильних та слабких сторін)

Сильні сторони (S):	Слабкі сторони (W):
Фінансові можливості Рівень професійності працівників Виробнича потужність Відповідність міжнародним вимогам Висока якість надання послуг Власна онлайн-платформа «TEZ Plus»	Відсутність стратегії розвитку Слабкі канали збуту Організація маркетингової діяльності на підприємстві Військовий стан та пов'язані з ним обмеження
Можливості (O):	Загроза (T):
Вихід на новий ринок Розширення асортименту послуг Впровадження інновацій та розвиток діяльності на основі інтернет-технологій Обслуговування додаткових груп клієнтів	«Загострення» конкуренції Розвиток інфляції Політична та демографічна ситуація в Наявність послуг-замінників Економічна криза, нестабільність

Джерело: складено автором на основі даних підприємства

На основі наведеного SWOT-аналізу «Tez Tour», можна зробити такий висновок: «Tez Tour» вирізняється завдяки своїм фінансовим можливостям, професійній команді, продуктивній інфраструктурі, якості послуг,

різноманітності додаткових пропозицій та використанню власної платформи «TEZ Plus».

Наведені фактори сприяють підвищенню конкурентоспроможності та задоволення потреб клієнтів. Проте компанія стикається з викликами, пов'язаними з відсутністю чіткої стратегії, неефективними каналами збуту, недостатньо розробленою маркетинговою стратегією та обмеженнями через військовий стан. Щоб скористатися можливостями розширення ринку, розширення асортименту послуг та впровадженням інноваційних систем, компанії необхідно протистояти конкуренції, інфляції, політичній та демографічній нестабільності, а також економічним кризам і наявності альтернативних послуг, що вимагає від «Tez Tour» гнучкості та проникливого аналізу ринку.

Отже, для «Tez Tour», як для провідного туристичного підприємства, обґрунтування напрямів розвитку та вдосконалення використання інформаційних систем включає наступні аспекти:

- використання ШІ для аналізу даних клієнтів, що може допомогти «Tez Tour» краще розуміти потреби та переваги клієнтів. Це дозволить пропонувати більш персоналізовані туристичні пакети, підвищуючи задоволення клієнтів та лояльність;

- розробка функціонального мобільного додатку, що надає можливість бронювання, доступ до віртуальних турів, персоналізованих рекомендацій, а також інтеграцію з соціальними мережами для зручності користувачів;

- використання аналітичних систем для аналізу ринкових тенденцій та клієнтських переваг. Це допоможе «Tez Tour» краще розуміти свій ринок, покращувати продукти та пропонувати конкурентоспроможні ціни;

- активне використання соціальних медіа для маркетингу, залучення клієнтів та збору відгуків. Створення змістовного контенту та інтерактивних акцій для залучення нових клієнтів та підтримки інтересу до бренду [20].

Ці напрямки розвитку використання інформаційних систем допоможуть «Tez Tour» підвищити якість обслуговування, збільшити

задоволеність клієнтів, зміцнити свої позиції на ринку та бути готовим до майбутніх викликів.

Отже, визначимо конкретні рекомендовані інформаційні системи задля вдосконалення діяльності «Tez Tour».

1. Система аналізу даних та бізнес-інтелекту (Tableau або Power BI): Використання цих систем дозволить "Tez Tour" отримувати глибокий аналіз ринкових тенденцій, попиту та ефективності маркетингових кампаній. Це може призвести до підвищення продажів через більш точне цільове позиціонування та персоналізацію пропозицій.

Ефективне прийняття рішень на основі даних системи може зменшити витрати на неефективні маркетингові ініціативи та збільшити ROI (повернення інвестицій).

2. Система обліку фінансів та оплати (ERP-системи, такі як SAP або Oracle): інтеграція ERP-систем забезпечить більш ефективне управління фінансами, зокрема, оптимізацію витрат та поліпшення управління грошовими потоками. Це може сприяти підвищенню маржі прибутку та поліпшенню фінансової стабільності компанії [32].

3. Система аналізу клієнтського фідбеку: збір та аналіз відгуків клієнтів допоможе «Tez Tour» швидше виявляти та вирішувати проблеми, пов'язані з якістю послуг. Це матиме позитивний вплив на загальне задоволення клієнтів та лояльність, що, у свою чергу, може збільшити повторні продажі та позитивні відгуки, що важливо для репутації бренду.

4. Система аналізу конкурентів: використання інформаційних інструментів для моніторингу діяльності конкурентів дозволить «Tez Tour» адаптувати свої стратегії, щоб зберігати конкурентоспроможність, ефективно реагувати на зміни ринку та пропонувати унікальні послуги. Це може підвищити ринкову частку компанії та відповідно її прибуток [36].

Загалом, впровадження цих систем може призвести до збільшення доходів, оптимізації витрат, підвищення ефективності операцій та зміцнення ринкової позиції туристичного підприємства «Tez Tour».

Кожна з цих систем може бути налаштована під конкретні потреби компанії. Для оцінки ефективності впровадження запропонованих ІС проаналізуємо витрати на їх впровадження (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Витрати на впровадження інформаційних систем

Інформаційна система	Опис	Вартість впровадження (грн)
Система аналізу даних (Tableau/Power BI)	Ліцензії, налаштування, тренінги	50,000
ERP-система (SAP/Oracle)	Ліцензії, інтеграція, налаштування, тренінги	150,000
Система аналізу клієнтського фідбеку (Qualtrics)	Розробка, налаштування, інтеграція з існуючими системами	30,000
Система аналізу конкурентної інформації (SEMrush)	Підписка на сервіс, налаштування	20,000
Загальна Вартість		250,000

Джерело: складено автором на основі [25]

Припустимо, що впровадження цих систем збільшить чистий прибуток на 10%. За таких умов, розрахуємо очікуваний чистий річний прибуток після впровадження запропонованих ІС за формулою 3.1:

$$Чп + 10\%, \quad (3.1)$$

де Чп = чистий прибуток

$$285,000 \text{ грн} + 28,500 \text{ грн} = 313,500 \text{ грн.}$$

Для детальнішої оцінки ефективності запропонованих нововведень використаємо показник ROI, який розраховують за формулою 3.2:

$$ROI = \frac{\text{Пчп} - I}{I} * 100 \% , \quad (3.2)$$

де Пчп – прогнозований чистий прибуток;

I – інвестиції в інформаційні системи (вартість впровадження).

Позитивною тенденцією вважається ріст цього показника.

$$ROI = \frac{313500 - 250000}{250000} * 100 \% = 25,4\%$$

Позитивний ROI у 25.4% показує, що впровадження цих систем у діяльність туристичного підприємства «Tez Tour» є не тільки виправданим з точки зору вартості, але й забезпечує додатковий дохід. Однак важливо врахувати деякі додаткові аспекти:

- термін окупності інвестицій: при позитивному ROI важливо також розглянути, як довго займе окупність вкладених коштів. У цьому випадку, компанії може знадобитися кілька років, щоб повністю окупити витрати на впровадження цих систем;

- постійні операційні витрати: крім витрат на впровадження, слід враховувати постійні щорічні витрати на підтримку, оновлення та ліцензування цих систем. Ці витрати можуть впливати на довгострокову економічну ефективність;

- потенціал зростання: з покращенням бізнес-процесів та збільшенням задоволеності клієнтів, «Tez Tour» може очікувати на збільшення частки ринку та прибутковості у довгостроковій перспективі, що може ще більше підвищити ROI;

- фактори ризику: при будь-яких інвестиціях існують ризики, які потрібно враховувати. Вони включають зміни ринкових умов, технологічні

зміни, а також внутрішні виклики у впровадженні та використанні нових систем;

– моніторинг ефективності: важливо встановити систему оцінки ефективності впроваджених інновацій для постійного вдосконалення та оптимізації.

У підсумку, позитивний ROI вказує на економічну доцільність інвестицій у ці системи для «Tez Tour». Однак для досягнення максимальної вигоди потрібно ефективне управління, постійний моніторинг та готовність адаптуватися до змін.

Отже, запровадивши розроблені рекомендації щодо удосконалення, використання інформаційних систем, туристичне підприємство «Tez Tour» зможе: закріпити власну позицію на ринку тур-послуг та розвинути свій імідж; підвищити лояльність існуючих клієнтів та демонструвати цінність для потенційних; інформувати цільову аудиторію про нові туристичні продукти та послуги; збільшити кількість продажів.

Висновок до розділу 3

Згідно з проведеним у розділі SWOT-аналізом, туристичне підприємство «Tez Tour» має свої сильні сторони, такі як фінансові можливості, виробнича потужність, якість надання послуг та власна онлайн-платформа «TEZ Plus». Проте воно також стикається з викликами, такими як відсутність стратегії розвитку, неефективні канали збуту та недостатньо розроблена маркетингова стратегія. Для вдосконалення використання інформаційних систем варто звернути увагу на деякі ключові аспекти. Впровадження системи аналізу даних, ERP-системи, системи аналізу клієнтського фідбеку та системи аналізу конкурентної інформації допоможе підвищити якість обслуговування, оптимізувати витрати та збільшити ефективність операцій компанії.

Прогнозований річний чистий прибуток після впровадження запропонованих інформаційних систем складе 313,500 грн, що позначає позитивний результат. Розрахунок показника ROI вказує на його значущість у 25.4%, що свідчить про вигідність інвестицій у ці системи.

Для досягнення максимальної ефективності в використанні інформаційних систем важливо постійно моніторити результативність, реагувати на зміни на ринку та адаптуватися до нових викликів. Запровадження наведених рекомендацій допоможе «Tez Tour» у фінансовому зростанні, підвищенні конкурентоспроможності та збільшенні задоволеності клієнтів.

ВИСНОВКИ

На основі проведеного дослідження, можна зробити висновок, що інформаційні системи відіграють ключову роль у сучасній туристичній індустрії. Вони не лише полегшують процеси бронювання та управління подорожами, але й сприяють створенню нових туристичних продуктів і послуг. Завдяки інформаційним системам, таким як електронні каталоги, системи бронювання, CRM та мобільні додатки, туристичні компанії можуть ефективніше взаємодіяти з клієнтами, оптимізувати свою діяльність та підвищити конкурентоспроможність.

В першому розділі дипломної роботи було визначено, що інформаційні потоки в туризмі сприяють плавній взаємодії між різними постачальниками послуг та забезпечують швидку передачу важливої інформації між учасниками ринку. Це дозволяє гарантувати якісне надання послуг та задоволення потреб клієнтів.

Враховуючи, що інформація є ключовим елементом в туристичній галузі, наявність точної та актуальної інформації є вирішальною для успіху підприємства в цій сфері. Впровадження інформаційних систем включає декілька етапів – від початкового використання комп'ютерних технологій у 1960-х до сучасних інновацій у сфері штучного інтелекту та автоматизації. Оцінка та використання інформаційних систем на туристичних підприємствах вимагає системного підходу. Методичні підходи, такі як SWOT-аналіз, ROI-аналіз, бенчмаркінг, аудит та стратегічне планування, відіграють важливу роль у визначенні ефективності інформаційних систем та їх впливу на бізнес.

Загалом, інформаційні системи стали невіддільною частиною галузі туризму, сприяючи покращенню обслуговування клієнтів, оптимізації бізнес-процесів та забезпечуючи ефективність діяльності туристичних підприємств. В другому розділі дипломної роботи було проаналізовано діяльність ТОВ «Tez Tour», доведено, що компанія є важливим гравцем на ринку, яка

зосереджується на наданні різноманітних послуг, які включають реалізацію турпродуктів, консультації, продаж квитків, оформлення страхових полісів, віз та організацію трансферів. Організаційна структура компанії відповідає лінійно-функціональному типу, що сприяє чіткому розподілу обов'язків і повноважень, а також підтримує ефективність системи управління.

Компанія використовує сучасні інформаційні системи, що дозволяє оптимізувати роботу з документами, бронювання турів, забезпечує високу якість обслуговування клієнтів та сприяє проведенню ефективних рекламних кампаній. Платформа онлайн-бронювання «TEZ Plus» забезпечує широкий спектр послуг і є важливою частиною бізнес-стратегії компанії.

Аналіз фінансово-господарської діяльності «Tez Tour» показує зростання доходів та чистого прибутку за останні роки, хоча рентабельність знизилася, що вказує на потребу підвищення ефективності та вдосконалення операційних процесів. Проведений SWOT-аналіз компанії дозволив виділити сильні сторони «Tez Tour», такі як фінансові можливості, високий рівень професіоналізму співробітників, якість послуг та інноваційну онлайн-платформу. Водночас слабкими сторонами є відсутність цілісної стратегії розвитку і слабкі канали збуту. Існують можливості для розвитку, зокрема вихід на нові ринки та розширення асортименту послуг. Проте компанія також стикається із загрозами, включаючи зростання конкуренції, політичну та економічну нестабільність.

Загалом, «Tez Tour» володіє сильними позиціями на ринку туристичних послуг, але для подальшого розвитку та підвищення рентабельності компанії потрібно зосередитися на вдосконаленні стратегічного планування, оптимізації процесів, посиленні інновацій та використанні інформаційних систем для забезпечення конкурентоспроможності та підвищення задоволеності клієнтів.

В третьому розділі було досліджено, що сучасний туристичний бізнес активно інтегрує різноманітні інформаційні технології для покращення своєї ефективності та сервісу. Це охоплює використання штучного інтелекту для

аналізу даних клієнтів, розробку мобільних додатків для зручності користувачів, а також впровадження інноваційних підходів, як-от віртуальна реальність для демонстрації туристичних місць. Такі компанії, як «Tez Tour», можуть використовувати ці технології для підвищення задоволення клієнтів та оптимізації внутрішніх процесів. Важливим аспектом також є аналіз конкуренції та ринкових тенденцій для адаптації стратегій та підвищення конкурентоспроможності.

Отже, в результаті дослідження було рекомендовано запровадити в «Tez Tour» такі інформаційні системи: систему аналізу даних (Tableau або Power BI), ERP-систему (SAP/Oracle), систему аналізу клієнтського фідбеку (Qualtrics) та систему аналізу конкурентної інформації (SEMrush). Впровадження цих інформаційних систем у діяльність туристичного підприємства «Tez Tour» потребуватиме витрат, однак позитивний ROI свідчить про їхню економічну доцільність. Це не лише забезпечить покращення сервісу для клієнтів, але й сприятиме зростанню прибутків компанії у довгостроковій перспективі. При цьому важливо враховувати потребу в постійному моніторингу, аналізі та адаптації систем згідно зі змінами на ринку та мінливими потребами клієнтів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Богомолова В. В. Основи менеджменту: Методологічні положення та прикладні механізми. Тернопіль: Лілея, 2017. 224с.
2. Бишовець Л. Г., Івашина Л. Л., Гаврилюк С. П. Перспективні напрями імплементації інновацій на підприємствах сфери туризму. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 18. с. 219- 224.
3. Блехман В. А. Економіка фірми. Навчальний посібник. Київ : 2018. 412 с.
4. Близнюк С. В., Довбня С. Б. Інтегральна оцінка фінансового стану підприємства. *Фінанси України*. 2017. № 6. С. 55—66
5. Бондар А. В., Семенов Г.А. Удосконалення організації управління фінансовою діяльністю підприємства. *Економічний вісник НГУ*. 2018. № 1. с. 63-75
6. Бондаренко І. В. Ефективність управління туристичним підприємством – ключова задача менеджменту. *Das Management*. 2010. № 5. URL: <http://www.progressive-management.com.ua/statyi-avtora/ef-management> (дата звернення: 13.03.2024).
7. Борисова О.В. Інноваційний потенціал туристичних підприємств та ефективність його використання. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2019 р. Ч.1. С.237-238.
8. Борщ В. І. Аналітичний інструментарій оцінки ефективності систем управління підприємством в інноваційній економіці. Праці Одеського політехнічного університету. 2020. № 2 (39). С. 318–325. URL: <http://pratsi.opu.ua/app/webroot/articles/1364640463.pdf> (дата звернення: 20.03.2024).
9. Бутенко О. П., Стрельченко Д. О. Стан туристичного господарства України та перспективи його розвитку. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2019. Вип. 56. С. 18-24.

10. Бутенко О. П., Дядюшкіна І. В. Інформаційні системи в туризмі: поняття, структура, цілі Економічний простір. 2019. № 4. С. 73 - 81.
11. Гапак Н.М., Капштан С.А. Особливості визначення фінансової стійкості підприємства. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2016. Вип. 1. С. 191—196.
12. Господарський кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення: 10.04.2024).
13. Грабовецький Б.Є. Економічний аналіз: монографія К.: Центр учбової літератури, 2019. С. 256.
14. Гриньов А.В. інформаційні системи на підприємствах: концепція, методологія, стратегічне управління. Харків: ІНЖЕК, 2018. 308 с.
15. Грифін Р., Яцура В. Основи менеджменту: [підручник] / рЛьвів: Бак, 2015. 624 с.
16. Гросул В.А., Іванова Т. П. Тенденції сучасного розвитку підприємств туристичного господарства в Україні. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2017. № 1(49) Т.1. с. 143-149.
17. Гура О.Л. Інноваційна діяльність у сфері туристичного господарства. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2017. Випуск 2-1 (08). С. 97-100.
18. Данилович М.Л. Прийняття стратегічних управлінських рішень на підприємстві: автореф. дис. канд. екон. наук: спец. 08.06.02. Львів. 2017. 18 с.
19. Залознова Ю. С. Особливості бренду: менеджмент в туристичних компаніях : Монографія / НАН України : Донецьк : 2018. 380 с.
20. Кирніс Н. І. Дослідження стану підприємств туристичного господарства. Соціально- економічні проблеми сучасного періоду України. 2016. Вип. 3. С. 48-51.
21. Кузьмін О. Є., Георгіаді Н. Г. Використання інформаційних систем : монографія. Львів : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2016. 368 с.

22. Кузьмін О. Є., Георгіаді Н. Г. Формування інформаційної системи управління підприємством : монографія. Львів : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2016. 68 с.
23. Кузьмін О.Є., Князь С.В., Шпак Н.О. Контролювання та регулювання інноваційного розвитку підприємства: проблеми, методологічні та прикладні аспекти. Львів: Львівська політехніка, 2016. 148 с.
24. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Основи менеджменту. Київ, Академвидав, 2016.
25. Лисевич С.Г., Великанова В.К. Управління фінансовою стійкістю підприємств та фактори, що впливають на неї. *Вісник Полтавської державної аграрної академії*. 2018. Вип. 1 (6). Том 2. С. 211—215.
26. Литвин Б.М. Економіко-аналітична діяльність в організації: підручник. Київ: Хай-Тек Прес, 2019. 423 с.
27. Механізм забезпечення фінансової стійкості підприємств. URL: <http://www.ukrcoop-journal.com.ua/2010-3/num/Cskljar.htm>. (дата звернення: 03.03.2023).
28. Одинцова Г. С. Розвиток інформаційних систем в сфері туризму. поняття та зміст. *Економіка розвитку: науковий журнал*. Харків, 2015. № 4 (36). С. 48-
29. Офіційна сторінка компанії «Tez Tour» URL: <https://www.tez-tour.com/> (дата звернення: 20.12.2024).
30. Подольська В.О., Ярім О.В. Фінансовий аналіз: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури. 2018. 488с
31. Пономаренко В. С., Пушкар О. І., Тридід О. М. Стратегічне управління розвитком підприємства: Навчальний посібник. Харків: ХДЕУ, 2017. 640 с.
32. Практичні матеріали підприємства: Форма №1 «Баланс»; Форма №2 «Звіт про фінансові результати».
33. Приймак В. М. Прийняття управлінських рішень. Київ: Атіка, 2018. 240 с.

34. Присакар І. Управління підприємствами туристичного сектору : автоматизація бізнес-процесів. Вісник КНТЕУ. 2015. №3. С. 60-78.
35. Ринок туристичного бізнесу в Україні: URL: <http://poglyad.com/blog/4/437/> (дата звернення: 25.03.2024).
36. Рябенко Г.М. Шляхи покращення фінансового стану підприємства. *Всеукраїнський науково-виробничий журнал*. 2018. №7. С. 105-108.
37. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства: монографія. К.: Знання, 2017. С. 654.
38. Селезньова Г. О., Іпполітова І. Я. Ефективність системи управління підприємством. *Інфраструктура ринку*. 2020. № 38. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/2020> (дата звернення: 10.04.2024).
39. Семенюк Л.В. Обліково-аналітичне забезпечення стратегічного розвитку підприємств туристичного господарства: Дис. канд. екон. наук/ Львівський національний університет імені Івана Франка. Л., 2016. 275с.
40. Соколенко А.С. Організація туристичного господарства : конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм навчання зі спеціальності 242 – Туризм. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 120 с.

ДОДАТКИ

Додаток А



Рис. А.1. – Схема процесу продажу на туристичному підприємстві

Джерело: побудовано на основі [29].