

ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА
ФАКУЛЬТЕТ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Кафедра: публічного управління та адміністрування

БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему: «Вплив інформаційно-технологічної
оснащеності на ефективність роботи туристичних
фірм»

Виконала: студентка 4 курсу за
спеціальністю 242 Туризм і рекреація
денної форми навчанням
Вікторія СМОЛЯР

Керівник: старший викладач кафедри
публічного управління та
адміністрування
Ганна ДІЛЬ

Рецензент: _____

АНОТАЦІЯ

Смоляр В.В. Вплив інформаційно-технологічної оснащеності на ефективність роботи туристичних фірм. – Рукопис.

Бакалаврська робота присвячена дослідженню впливу інформаційно-технологічної оснащеності на діяльність туристичних агенцій. Окрема увага приділена інформаційно-технологічній оснащеності агенції «Дім подорожей», рекомендаціям щодо їхнього покращення та теоретичним підходам до дослідження даної проблематики.

Перший розділ роботи присвячений теоретичним основам поняття «інформаційно-технологічна оснащеність» та історії його виникнення.

Другий розділ кваліфікаційної роботи містить комплексний аналіз інформаційно-технологічного оснащення туристичної агенції «Дім подорожей» та оцінку поточного стану.

Результати дослідження продемонстровані в третьому розділі бакалаврської роботи та представлені у вигляді комплексної стратегії удосконалення поточного стану інформаційно-технологічної оснащеності туристичної агенції «Дім подорожей».

Ключові слова: інформаційні технології, інформаційно-технологічна оснащеність, програмне забезпечення, конкурентоспроможність, туристична агенція.

ANNOTATION

Smolyar V.V. The influence of information and technological equipment on the efficiency of travel firms. - Manuscript.

The bachelor's work is devoted to the study of the impact of information technology equipment on the activities of travel agencies. Particular attention is paid to the information and technological equipment of the "House of Travels" agency, recommendations for their improvement, and theoretical approaches to the study of this issue.

The first section of the work is devoted to the theoretical foundations of the concept of "information technology equipment" and the history of its emergence.

The second section of the qualification work contains a comprehensive analysis of the information and technological equipment of the travel agency "Travel House" and an assessment of the current state.

The results of the study are demonstrated in the third chapter of the bachelor thesis and presented in the form of a comprehensive strategy for improving the current state of information technology equipment of the travel agency "House of Travels".

Keywords: information technologies, information technology equipment, software, competitiveness, travel agency.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ОСНАЩЕНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	8
1.1 Сутність, різновиди та етапи впровадження інформаційно-технологічної оснащності	8
1.2 Інструменти інформаційно-технологічної оснащності.....	13
РОЗДІЛ 2 ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ РОБОТИ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ “ДІМ ПОДОРОЖЕЙ”	18
2.1 Аналіз та оцінка впровадження інформаційно-технологічної оснащності туристичної агенції “Дім подорожей”	18
2.2 Ефективність впровадження технологій для туристичного підприємства.....	35
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО ОСНАЩЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ “ДІМ ПОДОРОЖЕЙ”	40
3.1 Розробка стратегічних напрямків удосконалення інформаційно-технологічного оснащення.....	41
3.2 Стратегічна концепція удосконалення інформаційно-технологічного оснащення туристичної агенції “Дім подорожей”	44
ВИСНОВКИ.....	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	58
ДОДАТКИ.....	63

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. За останні десятиліття технології стрімко увірвалися у наш світ та стали новою реальністю, без якої неможливо уявити своє життя. У сучасному світі інформаційні технології швидко розвиваються та мають суттєвий, а інколи і вирішальний вплив на різні галузі людської діяльності, зокрема і на туристичну сферу.

В сьогоденному суспільстві та світі, інформаційні технології, це не вибіркове рішення, а вимога, яка дозволяє вдосконалювати підприємства та суспільства в цілому. Людство давно усвідомило, що технології мають значний вплив на будь-яку сферу життя, а тому потрібно не боротися з нововведеннями, а пристосовуватися та правильно використовувати їх для ефективного результату.

Без заперечень можна сказати, що туристична сфера — це однозначно одна з тих сфер, де кожної хвилини все стрімко змінюється, адже на організацію подорожей має вплив сотні, якщо не тисячі, зовнішніх чинників. Починаючи зі зміни ціни на авіаквитки за лічені хвилини, закінчуючи повною трансформацією сфери внаслідок пандемій та катаклізм, туристична сфера найбільше піддається впливу, а тому потребує якісної систематизації. Сьогодні туристичні підприємства чітко усвідомлюють важливість сучасних технологій для вирішення великих задач, аналізу даних, автоматизації процесів тощо. Як показує практика, впровадження технічної забезпеченості у вітчизняних підприємствах ще не досить поширене явище, до того ж, не цілеспрямоване та малоефективне внаслідок розфокусованого підходу або недостатньої кількості знань сфери інформаційних технологій.

Тема інформаційно-технологічної оснащеності туристичних підприємств є досить актуально серед українських та іноземних науковців. Зокрема, цю тему комплексно досліджували та висвітлювали В. Гаврилов, О. Артеменко, В. Пасічник, В. Єгорова, а також Л. Міх, Ч. Сян, П. Шелдон.

Незважаючи на велику кількість наукових досліджень заданої теми, у більшості працях відсутня практична адаптація результатів досліджень до

умов діяльності українських туристичних фірм з урахуванням зовнішнього контексту та комплексним аналізом конкретної фірми.

Мета та завдання дослідження. *Метою бакалаврської роботи є обґрунтування теоретичних засад та прикладних положень впливу інформаційно-технологічної забезпеченості на ефективність роботи туристичних фірм.*

Для досягнення мети були поставлені такі **завдання**:

- визначити суть, зміст та різновиди інформаційно-технологічної оснащеності підприємств;
- виділити основні інструменти технологічної оснащеності;
- провести оцінку інформаційно-технологічного оснащення підприємства;
- проаналізувати вплив інформаційно-технологічної оснащеності на ефективність підприємства;
- проаналізувати інформаційно-технологічну оснащеність підприємства “Дім подорожей”
- сформулювати перспективні методи впровадження сучасних технологій у вітчизняні підприємства.

Об’єкт дослідження — діяльність туристичної агенції “Дім подорожей”.

Предметом дослідження виступає інформаційно-технологічне забезпечення практичної діяльності туристичної агенції “Дім подорожей”.

Методи дослідження. Під час дослідження було використано ряд методів дослідження. Методичну основу становлять як загальнонаукові, так і спеціально-наукові методи досліджень. Серед них було використано метод системного аналізу, ключових порівнянь, групування, порівняння, метод спостереження для аналізу діяльності туристичної фірми. Також під час написання роботи були використані методи трендового аналізу та удосконалення для формування перспектив впровадження.

Інформаційну базу даної роботи комплексно склали теоретичні положення, наукові принципи та дослідження, розроблені українськими та закордонними спеціалістами в сфері інформаційних технологій і туризму.

Практичне значення кваліфікаційної роботи полягає у проведенні змістовного аналізу, створенні рекомендацій та пропозицій для подальшого розвитку інформаційно-технологічної оснащеності туристичної фірми.

Апробація результатів. Основні теоретичні положення і висновки бакалаврської роботи були апробовані на науково-практичних заходах, а саме: Міжнародній науково-практичній конференції «Туристично-рекреаційна сфера: виклики сучасності» (м. Хмельницький, 2024 р.) та Всеукраїнській науково-практичній конференції «Становлення та розвиток місцевого самоврядування в Україні» (м. Хмельницький, 2023).

Обсяг та структура. Робота складається зі вступу, трьох розділів, які об'єднують шість підрозділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи — 70 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ОСНАЩЕНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

1.1 Сутність, різновиди та етапи впровадження інформаційно-технологічної оснащеності

Протягом усього періоду людської еволюції, у людей існувала потреба в тому, щоб обмінюватися, зберігати та відтворювати ту чи іншу інформацію. Сам термін “інформаційні технології” вперше з’явився в статті в Harvard Business Review у 1958 році, проте інформаційні технології існували в різних формах протягом століть. Починаючи від найдавніших способів систематизувати інформацію, наприклад написи рецептів ліків на скелях єгипетських храмів, люди прагнули зібрати і зберегти інформацію в одному місці, щоб потім використати її повторно.

Становлення інформаційних технологій був довгим процесом розвитку, що базувався еволюційному розвитку механіки, електроніки та програмування. Наприкінці ХХ століття виникає феномен інформаційного суспільства, що, фактично, є переходом від промислового виробництва до інформаційної економіки, де головними цінностями стають збір, обробка та використання інформації. Цей перехід відображається у зростаючій ролі Інтернету, що виступає ключовим інструментом в обміні даними та сприяє глобальному розвитку суспільства. Доповідь ООН "Global Broadband Progress", від 18 вересня 2017 року, підтверджує цей тренд, вказуючи на експоненційне зростання користувачів Інтернету з 2000 по 2017 рік, що підвищилося більш ніж у 7 разів - з 6,5% до 47,1% світового населення [11].

Розвиток ІТ відбувався протягом століть, паралельно з еволюціонуванням людської раси. Перш ніж отримати сучасний вигляд, інформаційні технології зазнали ряду змін та поступового розвитку. Дуже довгий час вся обчислювальна техніка зводилася до пристроїв, які виконували найпростіші арифметичні обчислення. Перші спроби робив Леонардо да Вінчі

ще у XV столітті, створивши ескізний малюнок тринадцятирозрядного десяткового підсумовуючого пристрою на основі коліс із десятима зубцями. Революційний шлях почався з механічного пристрою "паскаліна" Блеза Паскаля, який був створений для віднімання і додавання десяткових чисел у 1642 р. Наприкінці XVIII століття у Франції було зроблено важливі кроки для розвитку цифрової обчислювальної техніки. Жозеф Жакард винайшов метод програмного керування ткацьким верстатом за допомогою перфокарт, а Гаспар де Проні розробив технологію числових обчислень, яка включала розробку методів обчислень, складання програм і виконання арифметичних операцій. Ці нововведення стали основою для роботи Чарльза Беббіджа, який створив проект аналітичної машини – першої універсальної цифрової обчислювальної машини з програмним керуванням. Вона включала арифметичний пристрій, запам'ятовуючий пристрій, системи керування, вводу та виводу, і використовувала перфокарти для вводу даних. Принципи роботи цієї машини були описані Адою Лавлейс. У 1934 році німецький студент Конрад Цузе, працюючи над дипломним проектом, створив у домашніх умовах першу цифрову обчислювальну машину з програмним керуванням на основі двійкової системи числення. У 1937 році його машина Z1 почала працювати: вона була двійковою, 22-розрядною, з плаваючою комою, мала пам'ять на 64 числа і була повністю механічною. У тому ж році Джон Атанасов, який був болгариним за походженням, що жив у США, розпочав розробку спеціалізованого комп'ютера, вперше використовуючи електронні лампи (300 штук). Вже у 1942-1943 роках за участю Алана Тьюринга в Англії була створена обчислювальна машина "Колоссус" з 2000 електронними лампами, призначена для розшифрування німецьких радіограм. Роботи Цузе і Тьюринга були секретними та мало відомими на той час. Лише у 1946 році з'явилася інформація про американську електронну обчислювальну машину "ЕНІАК" (Electronic Numerical Integrator and Computer), створену Джоном Мочлі та Преспером Еккертом і тоді перспективність електронної техніки у всьому світі стала очевидною. Інформаційні технології виникли вже як окрема

галузь в середині ХХ століття з появою перших електронно-обчислювальних машин (ЕОМ). Спочатку вони використовувалися для виконання складних обчислень у військовій та науковій сферах, адже розквіт наукового прогресу припав саме та часи війни. Перший загальноприйнятий комп'ютер ENIAC був створений у 1945 році і головним його призначенням було обчислення траєкторій артилерійських снарядів. Ця машина складалася з 18,000 вакуумних ламп і займала величезне приміщення, але мала вражаючі на той час обчислювальні можливості, хоча залишалася десятковою машиною з пам'яттю лише на 20 слів, а програми зберігалися поза оперативною пам'яттю [42].

Протягом 1960-х і 1970-х років значний розвиток отримали міні-комп'ютери, що були меншими за розміром і більш доступними. А також, важливим і досить вагомим досягненням стало створення операційних систем, наприклад UNIX, які забезпечували багатозадачність та ефективно управління ресурсами комп'ютера. Одночасно розвивалися мережі зв'язку, що дало початок створенню ARPANET — попередника сучасного Інтернету. Ця мережа спочатку призначалася для обміну інформацією між науковими установами, але з часом стала глобальною системою комунікацій [30].

Вже у 1980-х роках відбувся революційний прорив з появою персональних комп'ютерів (ПК), що стали доступними для широкого загалу і персонального користування. Завдяки розробкам провідних компаній Apple та IBM, комп'ютери стали невід'ємною частиною офісів та домашнього вжитку. Поява графічних інтерфейсів користувача (GUI) та операційних систем Microsoft Windows, значно спростила роботу з комп'ютерами для пересічних користувачів [39].

У 1990-х роках Інтернет почав активно розвиватися, що призвело до стрімкого зростання веб-сайтів, електронної пошти та електронної комерції. З'явилися перші веб-браузери Netscape Navigator та Internet Explorer, які забезпечили доступ до великого об'єму інформації та ресурсів через Інтернет, що стало основою для сучасного інформаційного суспільства [32].

Інформаційні технології — це дуже широкий термін, який використовується для опису комплексного процесу використання комп'ютерів, програмного забезпечення та мереж компаніями чи окремими організаціями для структурування даних та інформації. Існує багато різних застосувань інформаційних технологій у бізнесі, наприклад безпека, контроль ресурсів, керування робочими процесами тощо.

Інформаційно-технологічна оснащеність (ІТ) слугує фундаментальною інфраструктурою, яка дозволяє підприємствам ефективно управляти цифровою інформацією та використовувати її.

Автори дають різні визначення поняттю інформаційно-технічна оснащеність, систематизована таблиця з варіаціями визначень зображена у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Визначення поняття "Інформаційні технології"

Науковець	Визначення
Гарольд Дж. Левітт та Томас Л. Віслер	Інформаційні технології охоплюють техніки обробки інформації, застосування статистичних та математичних методів для прийняття рішень, а також моделювання вищого рівня мислення за допомогою комп'ютерних програм.
Роберт Гордон	Інформаційні технології — це інструменти та методи для обробки, зберігання та передачі даних в цифровій формі, включаючи комп'ютери, програмне забезпечення та мережі.
Ніколас Карр	Інформаційні технології включають широкий спектр технологій, від електронних обчислювальних машин до програмного забезпечення та інтернет-технологій, що дозволяють автоматизувати та оптимізувати інформаційні процеси.

Мануель Кастельс	Інформаційні технології є технічною основою інформаційного суспільства, забезпечуючи цифрову обробку, зберігання та передачу інформації через мережі.
Ла Шун Л. Керролл	Інформаційні технології — це комплекс інструментів і ресурсів, які використовуються для передачі, зберігання, створення, обміну або обробки інформації.
Дональд Кнут	Інформаційні технології охоплюють обчислювальні системи та програмування, яке використовується для автоматизації та управління інформаційними процесами
Тім Бернерс-Лі	Інформаційні технології включають всесвітню мережу (World Wide Web) та інші засоби цифрової комунікації, які дозволяють обмінюватися інформацією в глобальному масштабі.
Віталій Ляшенко	Інформаційні технології — це сукупність методів та засобів, що використовуються для обробки, зберігання та передачі інформації в електронному вигляді.
Олександр Пономаренко	Інформаційні технології включають в себе як апаратні, так і програмні засоби для автоматизації управління та обробки інформації.

Примітка. Складено автором.

Аналізуючи сутність поняття інформаційні технології, можна зробити висновок, що інформаційні технології — комплекс методів, інструментів і систем, спрямованих на обробку, зберігання, передачу і використання інформації в цифровій формі. ІТ включають в себе як апаратні, так і програмні засоби, що забезпечують автоматизацію та оптимізацію інформаційних процесів. В свою чергу, інформаційно-технологічна оснащеність — забезпеченість підприємства необхідними апаратними і програмними

засобами, а також знаннями і навичками для ефективного використання інформаційних технологій. Це охоплює наявність комп'ютерної техніки, мережових інфраструктур, програмного забезпечення та кваліфікованого персоналу, що здатен управляти та використовувати ці технології для досягнення організаційних цілей і підвищення продуктивності роботи компанії. У наш час ІТ це набагато більше, ніж просто сфера, адже це незмінна складова сучасного життя.

1.2. Інструменти інформаційно-технологічної оснащеності

ІТ відіграють важливу роль на будь-якому етапі формування та функціонування підприємства. Впровадження ІТ є складним та багатограним процесом, яке включає в себе ряд складових та потребує комплексного підходу. Навіть на етапі зародження ідеї підприємства, так чи інакше відбувається аналіз потенційного ІТО, яке може бути використане, наприклад які комп'ютери будуть використовуватися в роботі, чи потрібні вони взагалі, які обчислювальні апарати чи мережі будуть необхідні для роботи. З точки зору впливу, інформаційні технології значною мірою відповідають за більшість наших бізнес-операцій і охоплюють майже всі галузі. Сьогодні інформаційні технології допомагають зв'язувати людей з іншими людьми, зберігати та керувати інформацією та створювати ефективні процеси. Впровадження ІТ сьогодні необхідне для всіх сфер діяльності людини, наприклад медичне забезпечення, торгові підприємства, продуктові компанії, транспорт і логістика, маркетинг тощо.

Від правильного вибору ІТО залежить функціональність, ефективність роботи підприємства, оптимізація та налагодженість внутрішніх процесів, здатність швидко адаптуватися до нових змін, та найголовніше — конкурентоспроможність на ринку та здатність отримувати прибуток. Впровадження ІТО складається з декількох важливих етапів: підготовка, проектування, розробка і тестування, впровадження, запуск та підтримка.

Варто зазначити, що різні автори визначають різний спектр інструментів інформаційних технологій.

Автори Литвиненко та Яциковська наводять такі класифікації ІТО: технічне завантаження (hardware), програмне забезпечення (software), інформаційне забезпечення та організаційно-методичне забезпечення [19].

Аль-Джамалі А.-М. та Мацків О. пропонують класифікувати інструменти інформаційно-технологічної оснащеності на п'ять основних категорій:

Автоматизовані інформаційні системи, які використовуються для автоматизації процесів збору, обробки, зберігання та передачі інформації. Вони включають в себе бази даних, системи управління підприємством (ERP), системи управління відносинами з клієнтами (CRM) тощо.

Мережеві засоби, до яких відносяться мережеві інфраструктури та технології, які забезпечують передачу даних між різними системами і користувачами. Це можуть бути локальні мережі (LAN), глобальні мережі (WAN), інтернет, а також мережеві протоколи та стандарти.

Технічні засоби, які включають в себе апаратне забезпечення: комп'ютери, сервери, мережеві пристрої, засоби зберігання даних та інші фізичні компоненти та забезпечують роботу інформаційних систем.

Програмні засоби — програмне забезпечення, операційні системи, прикладні програми, системи управління базами даних, антивірусні програми та інші інструменти, що забезпечують функціонування і безпеку інформаційних систем. Лінгвістичні засоби, які використовують методи та технології обробки природної мови, наприклад як системи автоматичного перекладу, розпізнавання мови, аналіз текстів, пошукові системи, що базуються на лінгвістичних алгоритмах.

Організаційно-правові засоби, до яких належать нормативно-правові акти, стандарти, політики і процедури, які регламентують використання інформаційно-технологічних засобів в організаціях. Це можуть бути політики

інформаційної безпеки, регламенти щодо захисту даних, ліцензійні угоди та інші правові документи [1].

Аналізуючи більшість існуючих класифікацій інформаційно-технологічних інструментів, можна дійти висновку, що існує значна потреба у створенні удосконаленої та більш комплексної класифікації, яка б відповідала сучасним реаліям та технологічному розвитку. Це питання є особливо актуальним в умовах швидкого прогресу інформаційних технологій та їх інтеграції в різні сфери економічної діяльності.

Пропонована класифікація повинна враховувати не тільки технічні та програмні аспекти, але й інші компоненти. Наприклад, у контексті роботи туристичного підприємства, важливо передбачити спеціалізовані рішення для автоматизації роботи з використанням штучного інтелекту, адже саме завдяки цьому може збільшитися продуктивність агенції та кількість задоволених клієнтів. До того ж, штучний інтелект, як інструмент ІТО з'явився досить нещодавно, але має критичне значення у роботі підприємства.

Саме тому, проаналізувавши наявні класифікації та сучасні тенденції застосування інформаційних технологій в роботі підприємства, варто створити нову та актуальну класифікацію інструментів ІТО, яка б змогла задовольнити потреби підприємства.

Це дозволить розробити більш гнучку та адаптивну модель, яка відповідатиме сучасним вимогам і технологічним тенденціям. Представлена схема відображає ключові компоненти інформаційно-технологічного оснащення, структуровані за основними категоріями.

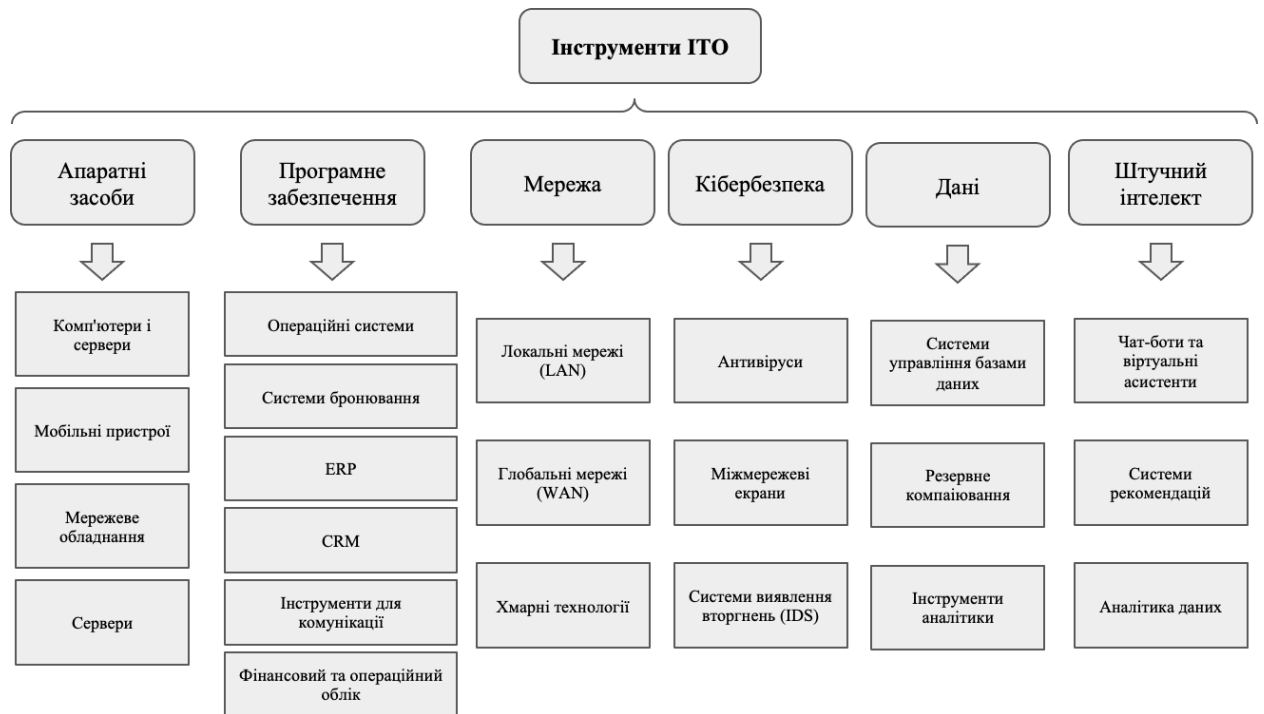


Рисунок 1.1. Інструменти інформаційно-технологічної оснащеності туристичного підприємства

Примітка. Складено автором.

Аналізуючи рисунок 1.1 можна виділити ключові елементи інструментів ІТО. На рисунку 1 представлено інструменти інформаційно-технологічної оснащеності туристичного підприємства, які поділяються на кілька категорій: апаратні засоби, програмне забезпечення, мережі, кібербезпека, дані та штучний інтелект. Кожна з цих категорій включає конкретні технології та системи, які забезпечують ефективну роботу туристичної агенції. Варто виділити ті інструменти, які не зустрічалися раніше в класифікаціях авторів.

Мережі включають локальні мережі (LAN) та глобальні мережі (WAN). Локальні мережі з'єднують комп'ютери та пристрої всередині одного офісу або будівлі, забезпечуючи швидкий і надійний обмін даними між ними, що сприяє ефективній внутрішній комунікації та співпраці. Глобальні мережі з'єднують різні офіси або віддалені підрозділи підприємства, дозволяючи їм обмінюватися даними і співпрацювати в режимі реального часу, що є

критично важливим для міжнародних компаній та тих, що мають розгалужену структуру.

Кібербезпека включає антивірусне програмне забезпечення, міжмережеві екрани, системи виявлення вторгнень (IDS) та хмарні технології. Антивірусне програмне забезпечення захищає комп'ютери та мережі від шкідливого програмного забезпечення, забезпечуючи безпеку даних та безперебійну роботу систем. Міжмережеві екрани контролюють і фільтрують мережевий трафік, запобігаючи несанкціонованому доступу та захищаючи від атак. Системи виявлення вторгнень моніторять мережевий трафік для виявлення підозрілої активності, що дозволяє швидко реагувати на потенційні загрози. Хмарні технології забезпечують зберігання даних у віддалених дата-центрах, що підвищує їхню безпеку та доступність, а також дозволяє знижувати витрати на обслуговування власної інфраструктури.

Штучний інтелект включає в себе чат-боти та віртуальні асистенти, системи рекомендацій та аналітику даних. Чат-боти та віртуальні асистенти забезпечують автоматизоване обслуговування клієнтів, надаючи відповіді на запитання та виконуючи рутинні завдання, що підвищує ефективність роботи та знижує навантаження на персонал. Системи рекомендацій використовують алгоритми машинного навчання для надання персоналізованих рекомендацій клієнтам, що сприяє підвищенню рівня задоволеності та збільшенню продажів. Аналітика даних, базована на штучному інтелекті, дозволяє більш глибоко аналізувати інформацію та виявляти приховані закономірності, що допомагає приймати більш обґрунтовані рішення та оптимізувати бізнес-процеси.

РОЗДІЛ 2

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ РОБОТИ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ “ДІМ ПОДОРОЖЕЙ”

2.1. Аналіз та оцінка впровадження інформаційно-технологічної оснащеності туристичної агенції “Дім подорожей”

З метою надати вичерпну оцінку та описати основні характеристики туристичної агенції «Дім подорожей», далі буде розглянуто загальну характеристику об'єкта дослідження.

Туристична агенція “Дім подорожей” розташовується за адресою місто Хмельницький, Вул. Проскурівська 24/1, офіс 3.

Графік роботи туристичної агенції “Дім подорожей”: понеділок-п'ятниця з 10:00 до 19:00. В суботу та неділю у підприємства вихідний день.

Приміщення агенція винаймає в оренду, воно виглядає сучасно та функціонально, приємне для роботи та прийому клієнтів. В ньому є комфортні місця, де туристи можуть ознайомитися з турами, інформацією та поспілкуватися з менеджером. Однією з головних переваг офісу агенції — розташування у самому центрі міста. Агенцію легко знайти, просто звернувши за кут з головної вулиці міста. Це суттєва перевага, адже вона дає змогу не лише комфортно взаємодіяти з клієнтами, а і мати можливість залучати нових клієнтів завдяки зовнішній вивісці.

Туристична агенція “Дім подорожей” — сучасна організація, яка надає комплексні послуги для своїх туристів, дбайливо турбується про кожного клієнта та слідкує за новинками ринку, щоб пропонувати нові та актуальні продукти.

Агенція має свою сторінку в інстаграм, фейсбук та електронну пошту, завдяки яким туристи можуть зв'язатися з агенцією.

Якщо говорити про форму підприємства, то агенція “Дім подорожей” зареєстрована, як ФОП (фізична особа-підприємець). Це досить поширена форма серед власників турагенств, вона не потребує великої кількості

документів та фінансових вкладень, що особливо важливо, якщо компанія лише починає свою діяльність і не має жодної впізнаваності на ринку. Завдяки цьому, компанія може швидко розпочати свою діяльність і обслуговувати перших клієнтів за лічені дні.

Саме тому, така форма діяльності агенції є перевагою в операційній діяльності. ФОП “КОБИЛЯНСЬКА АННА ПЕТРІВНА” зареєстрований 02.01.2013 року, тобто функціонує вже 11 років та 4 місяці, що є досить вагомим показником, особливо у сучасний час, коли на ринку з’являється багато нових компаній. Це створює образ довіри та впевненості, бо компанія, яка функціонує вже стільки років викликає більше довіри та лояльності до споживачів. Для цього ФОП зареєстровано декілька видів діяльності, які може здійснювати агенція [15]:

Основний: 79.11 Діяльність туристичних агентств

Інші: 79.90 Надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність

46.77 Оптова торгівля відходами та брухтом

46.90 Неспеціалізована оптова торгівля

66.22 Діяльність страхових агентів і брокерів

66.29 Інша допоміжна діяльність у сфері страхування та пенсійного забезпечення

38.11 Збирання безпечних відходів

38.21 Оброблення та видалення безпечних відходів

47.71 Роздрібна торгівля одягом у спеціалізованих магазинах

Агенція має власний фірмовий стиль, зокрема логотип, який є досить впізнаваний та поєднує декілька видів подорожей. Його використовують на своїх сторінках у соціальних мережах. Для того, щоб оцінити сучасні ринкові тенденції і мати змогу зробити висновок щодо діяльності турагенції в ринкових умовах, проведемо PEST-аналіз. Наприклад, О. Мельниченко визначає, що індустрія туризму функціонує на основі складної внутрішньої інфраструктури, яка нерозривно пов'язана з елементами зовнішніх

вертикальних, горизонтальних і наскрізних взаємозв'язків, які справляють відповідний зовнішній вплив [22]. Проведення PEST-аналізу допоможе агенції:

- зрозуміти потенційні загрози та можливості в зовнішньому середовищі, що можуть впливати на її бізнес;
- прийняти рішення щодо стратегії розвитку агенції в контексті зовнішніх факторів;
- планувати свої бізнес-операції, враховуючи тенденції та зміни в зовнішньому середовищі;
- розробляти стратегії маркетингу та продажу, орієнтуючись на попит та тенденції у суспільстві;
- виявляти потенційні можливості для розвитку бізнесу та конкурентні переваги.

PEST-аналіз туристичної агенції “Дім подорожей” наведений у додатку В. Туристична агенція “Дім подорожей” — конкурентноспроможна та комплексна компанія з надання туристичних послуг. Місія компанії — надавати якісні туристичні продукти та послуги для своїх туристів, задовольняючи їхню потребу у подорожах і відповідно до запитів і вимог, розширювати кругозір співгромадян з метою отримання нових вражень та розвивати культуру подорожей серед хмельничан. Агенція “Дім подорожей” пропонує різноманітні туристичні напрямки, завдяки чому є досить конкурентноспроможною як на локальному, так і на всеукраїнському ринку послуг. Компанія пропонує широкий спектр послуг для якісного відпочинку як в Україні, так і закордоном.

Основними DESTИНАЦІЯМИ, до яких здійснюються послуги є: Чехія, Польща, Угорщина, Італія, Нідерланди, Франція, Україна, Естонія, Швеція, Бельгія, Норвегія, Іспанія, Португалія, Грузія, Болгарія, Чорногорія, Румунія, Хорватія, Словенія, Великобританія, Литва.

Аналізуючи типів турів, які пропонує агентство, можна зробити висновок, що вони різноманітні і задовольняють широкий спектр інтересів та

уподобань різних клієнтів. Агентство пропонує тури в екзотичні місця по всьому світу, від тропічного пляжного до гірського відпочинку.

На локальному ринку туристичних послуг, агенція займає вагоме місце та користується попитом серед хмельничан та є агенцією, яка формує довіру. Про це свідчить велика кількість клієнтів, які повторно повертаються за новими послугами вже протягом багатьох років та відгуки на рейтингових сайтах, продемонстровані в додатку Г.

Варто зазначити, що організаційна структура туристичної агенції “Дім подорожей” протягом останніх декількох років підлягала деяким змінам. У 2019 році на підприємстві працювала директорка агенції та 1 менеджер-універсал. А ось в період з 2020 по 2023 рік вся робота в агенції проводилася одноосібно директоркою, Кобилянською Анною Петрівною. Такі зміни були спричинені недоцільністю фінансових витрат, зовнішніми чинниками та зміною робочого середовища, зокрема і внаслідок пандемії коронавірусу у 2020 році. Проте, сьогодні організаційна структура агенції знову розширилася і складається з 1 менеджера та директорки агенції. Загалом, завдяки невеликій кількості працівників та зрозумілим бізнес-процесам, система менеджменту в туристичній агенції “Дім подорожей” знаходиться на хорошому рівні. Перевагами такого типу менеджменту є відсутність великої кількості дискомунікацій, мікро менеджменту та ефективне розпорядження стосовно робочих завдань.

У туристичній фірмі "Дім подорожей" функції менеджменту відіграють ключову роль у забезпеченні ефективної діяльності компанії. Розглянемо детально виконання кожної з основних функцій менеджменту: планування, організації, мотивації та контролю. В умовах, коли у підприємстві працюють лише директор та менеджер, розподіл обов'язків між ними є важливим аспектом для досягнення оптимальної продуктивності.

Із Таблиці 2.1 ми можемо побачити, що фінансові показники фірми активно змінюються. У 2019 році дохід фірми і склав 21887 грн. а у 2021 році

він сягнув рівня 18080 грн. Темпи зростання 2019-2020 року склали 498,07 %, а у відношенні 2021-2020 років зменшення становило 86,19%.

Таблиця 2.1

Виконання функцій менеджменту

Функція	Зміст функції	Виконавець функції
Планування	Розробка стратегічних та операційних планів для досягнення цілей: аналіз ринку, формування власних переваг на основі внутрішнього ресурсу компанії, постановка цілей та шляху до результату.	Директор
Організація	Сворення бізнес-зв'язків та партнерств для продуктивної роботи і розширення власних можливостей Щоденне виконання бізнес-процесів та завдань задля збуту туристичного продукту і отримання прибутку.	Менеджер та директор
Мотивація	Система стимулів та заохочень для підвищення продуктивності працівників та їхньої задоволеності: конкурентна заробітна плата, бонуси та премії, кар'єрне зростання.	Директор
Контроль	Фінансовий, операційний та контроль якості на всіх етапах надання послуг: починаючи від рутинних виконаних завдань, закінчуючи контролем за бюджетом.	Директор

Примітка. Складено автором.

Зменшення валового доходу спостерігалось у 2021 році. Це зумовлено зменшенням клієнтської бази та кількості наданих послуг. Щодо собівартості витрат спостерігається зменшення. Також щороку зростають операційні витрати фірми.

Таблиця 2.2

Аналіз показників прибутку

Показник	Дані по роках			Темпи зростання (падіння), %	
	2019	2020	2021	20/19	21/20
Дохід від реалізації послуг	21887	130900	18080	498,07	-86,19
Собівартість наданих послуг	18889	124040	16012	556,68	-87,09
Валовий прибуток	2998	6860	2068	128,82	-69,85
Умовно постійні витрати	21,6	48,6	36,8	125,00	-24,28
Фінансовий результат від операційної діяльності до оподаткування	2976,4	6811,4	2031,2	128,85	-70,18
Розмір податкових зобов'язань	531,86	1003,78	1046,05	88,73	4,21
Чистий прибуток (збиток)	2954,8	5576,6	5585,34	88,73	0,16
Підсумкова рентабельність, розрахована з прибутку	11,14%	4,26	5,24	3724,06	23,00

Примітка. Складено автором.

У агенції “Дім подорожей” розроблено спеціальну систему реалізації, до- та післяпродажного супроводу, яка відбувається в декілька етапів. Всі менеджери повинні дотримуватись виключно цієї схеми. Схематично систему реалізації до- та післяпродажного супроводу можна зобразити наступним чином.

Реалізація туристичного продукту є складним та багатогранним процесом, який включає кілька ключових етапів. Кожен з цих етапів відіграє важливу роль у забезпеченні якісного обслуговування клієнтів та успішного

функціонування туристичної компанії. Нижче описано основні етапи реалізації туристичного продукту, відповідно до наданої схеми вище.

Перший етап включає формування запиту та підбір туру. На цьому етапі клієнт звертається до туристичної агенції з конкретними вимогами та побажаннями щодо майбутньої подорожі. Спеціалісти агенції аналізують ці запити та підбирають оптимальні варіанти турів, що відповідають зазначеним критеріям. Цей етап є важливим для встановлення першого контакту з клієнтом та розуміння його потреб.

Наступним етапом є інформаційний супровід, який передбачає надання клієнту детальної інформації про обрані тури, включаючи маршрути, умови проживання, харчування, екскурсії та інші послуги. Важливо, щоб інформація була повною та актуальною, що сприяє прийняттю клієнтом обґрунтованого рішення.

Після отримання згоди клієнта на обраний тур здійснюється бронювання. Цей етап включає резервування місць у готелях, квитків на транспорт, а також інших необхідних послуг. Процес бронювання вимагає точності та оперативності для забезпечення доступності всіх компонентів туру.

Підтвердження заброньованих послуг є наступним кроком. На цьому етапі туристична агенція отримує підтвердження від постачальників послуг щодо наявності заброньованих місць і послуг, що забезпечує виконання зобов'язань перед клієнтом.

Після підтвердження бронювань відбувається укладення договору та оплата послуг. Клієнт підписує договір з туристичною агенцією, який визначає всі умови надання послуг, права та обов'язки сторін. Оплата послуг може бути здійснена повністю або частково залежно від умов договору.

У випадку, якщо подорож вимагає отримання візи, наступним етапом є підготовка документів до подачі на візу. Туристична агенція надає клієнту необхідну допомогу у підготовці та оформленні документів, що включають

заповнення анкет, збір необхідних довідок та організацію подачі документів до консульства.

Після успішного отримання візи або у випадках, коли віза не потрібна, відбувається підготовка та видача документів. Клієнту передають всі необхідні документи для подорожі, включаючи квитки, ваучери на проживання, страховки та інші документи.

Завершальним етапом є інформаційний супровід під час подорожі та опитування клієнта та аналіз інформації після її завершення. Туристична агенція забезпечує клієнта необхідною інформацією на всіх етапах подорожі, надаючи підтримку у разі виникнення питань або проблем. Після завершення туру проводиться опитування клієнта щодо його задоволеності послугами, що дозволяє агенції оцінити якість наданих послуг та внести корективи для покращення майбутніх турів.

Компанія постійно еволюціонує та розширює мережу співпраці з туроператорами, що дозволяє збільшувати різноманітність послуг та варіативність пропонованих туристичних пакетів. Це, в свою чергу, сприяє розширенню географії туристичних маршрутів. Взаємодія з туроператорами відбувається на основі агентських договорів комісії, які визначають умови співпраці між сторонами. Особливу увагу компанія приділяє системі реалізації, а також до- та післяпродажному обслуговуванню, що дозволяє розширювати клієнтську базу та формувати репутацію надійної фірми, яка надає високоякісні послуги. Дані про кількість реалізованих туристичних путівок (ваучерів) та кількість туристів за період 2019–2021 років представлені у Таблиці 2.3.

Згідно з даними таблиці 2.3, спостерігається зменшення кількості наданих послуг у 2020 році, що пов'язано з пандемією COVID-19. У 2021 році показники значно покращилися порівняно з 2019 роком, оскільки світ почав оговтуватися від пандемії, і багато туристів чекали на відкриття кордонів, щоб поїхати у відпустку. Це підтверджується зростанням кількості туристів: у 2019 році фірма надала послуги 652 клієнтам, тоді як у 2021 році, коли світ почав

виходити з кризової ситуації, кількість туристів склала 803. У час 2020 року цей показник становив лише 11 туристів. Це свідчить про зростання на 723,42% порівняно з попереднім 2020 роком, коли подорожі були майже неможливими.

Таблиця 2.3

Кількість туристичних путівок та туристів за 2019–2021 рр.

Показник	Дані по роках			Темпи зростання (падіння), %	
	2019	2020	2021	20/19	21/20
Кількість туристичних путівок (ваучерів), одиниць	184	37	216	20,11%	583,78%
Кількість туристів, осіб	652	111	803	17,02%	723,42%
Кількість туро-днів за реалізованими путівками, днів	1656	316	1964	19,08%	621,52%

Примітка. Складено автором.

Огляд впроваджених технологій у туристичній агенції "Дім подорожей" дозволяє зрозуміти, як сучасні інформаційні рішення сприяють розвитку бізнесу та підвищенню якості обслуговування клієнтів. Туристична агенція "Дім подорожей" активно використовує різноманітні ІТ-інструменти, які охоплюють усі аспекти її діяльності, від управління внутрішніми процесами до взаємодії з клієнтами.

Під час дослідження рівня впровадження інформаційно-технічної оснащеності туристичної агенції "Дім подорожей", були застосовані методи аналізу та синтезу під час інтерв'ювання директора агенції та самостійного опрацювання наявних засобів в приміщенні агенції.

Отже, нижче буде наведено детальний аналіз кожного попередньо визначених аспектів інструментів ІТО в туристичній агенції "Дім подорожей".

Варто розпочати з апаратних засобів, адже вони відіграють чи не найважливішу роль у взаємодії з клієнтами та роботі загалом. Агенція використовує ноутбуки фірми Apple, Lenovo та HP. Вони забезпечують обробку великих обсягів даних, необхідних для управління бронюваннями, клієнтськими базами та внутрішніми операціями. Також в компанії використовують комп'ютер, телефони, особисті та загальні робочі телефони, щоб бути завжди на зв'язку з клієнтами. Дім подорожей" має сучасну мережеву інфраструктуру, що дозволяє забезпечити надійну роботу мережі і швидкий обмін даними, що включає в себе маршрутизатори, комутатори та точки доступу, які забезпечують стабільне і швидке з'єднання між всіма компонентами IT-інфраструктури. Якщо говорити про сервери, то агенція їх не використовує.

Перейдемо до аналізу програмного забезпечення. Компанія використовує різні операційні системи: Windows та MacOS, що є досить базовим вибором і зручним інтерфейсом для повсякденної роботи. Агенція використовує системи бронювання, які дозволяють здійснювати бронювання послуг в режимі реального часу, забезпечуючи швидкість і точність операцій. Звичай це одна загальна система, але іноді трапляються поодинокі випадки бронювань через сайти-партнерів, де використовуються власні кабінети. У більшості для бронювань компанія використовує систему «Айті-тур». Це одна з найзручніших систем пошуку та бронювання і є універсальним інструментом для менеджерів туристичних агенцій. Вона дозволяє порівнювати ціни від усіх провідних операторів України в одному інтерфейсі, зберігаючи інформацію про всі заявки агентства, включаючи ті, що були заброньовані у різних операторів, в єдиній системі. Система охоплює понад 1,5 мільярда турів від 67 туроператорів у 78 країнах. Вона надає наступні можливості для турагентств:

По-перше, система дозволяє порівнювати ціни від різних операторів в одному вікні, що значно спрощує процес вибору оптимальних варіантів для клієнтів. Крім того, вона підтримує пошук пакетних турів у режимі реального часу та їх бронювання, що забезпечує оперативність і зручність. Система

також пропонує пошук і бронювання екскурсійних турів та турів по Україні, а також чартерних авіаквитків від ключових українських туроператорів з контролем наявності місць. Інтеграція з системою бронювання операторів дозволяє прямий перехід зі сторінки пошуку турів «Айті-тур» на сторінку бронювання обраного туру безпосередньо на сайті оператора. Це забезпечує безперервність і зручність процесу. Передача заявки та бронювання туру також здійснюється всередині системи, що підвищує ефективність роботи агентства. Система підтримує обмін текстовими повідомленнями, вкладеннями і документами з менеджером туроператора прямо всередині заявки, що сприяє оперативному вирішенню питань і уточненню деталей. Використання загальної стрічки заявок дозволяє обробляти всі бронювання, включаючи ті, що були зроблені безпосередньо в операторів, через центральний офіс або отримані від туристів через модулі пошуку на сайтах турагентств. Також «Айті-тур» пропонує можливість продажу «відмовних турів» і доступ до бази рекламних турів та турів «В останню хвилину» з можливістю бронювання пропозицій, які не розміщені в онлайн-системах операторів. Це дозволяє туристичним агентствам пропонувати своїм клієнтам тури за привабливими цінами з вильотом на найближчі дати. Бронювання турів будь-якого туроператора здійснюється за єдиним агентським договором з «Айті-тур», що спрощує юридичні та фінансові аспекти співпраці. Для зручності клієнтів система підтримує можливість оплати заявок туристами кредитною картою.

Що стосується ERP-системи, то агенція “Дім подорожей” її не використовує. Це дозволяє продовжувати витік певних бюджетів та залишає неконтрольованим процес роботи: від постановки завдань до обліку витрат.

Агенція активно використовувала CRM-систему All-Inclusive CRM, яка призначена конкретно для потреб туристичних підприємств. Вона проста, має зручний та зрозумілий інтерфейс, що дозволяє легко почати користування. Ця система дозволяє ефективно управляти клієнтськими даними, відстежувати історію взаємодії з клієнтами та персоналізувати пропозиції. Завдяки CRM,

агенція має можливість краще розуміти потреби та уподобання своїх клієнтів, що сприяє підвищенню рівня задоволеності та лояльності. Крім того, система автоматизує багато рутинних операцій, наприклад, відправка спеціальних пропозицій, що дозволяє співробітникам зосередитися на більш стратегічних завданнях. Проте, останнім часом на підприємстві CRM система стала використовуватися значно рідше. Середня ціна пакету за місяць становить 938 гривень. Це не є доцільною витратою, адже потреби туристичного агентства “Дім подорожей” зараз здатні закрити й інші безкоштовні та більш звичні сервіси сервіси. Натомість часто використовується таблиці Google Sheets, документи Word, в яких зберігаються дані про клієнтів та продукти.

Для комунікації між працівниками та з клієнтами агенція використовує різні канали зв'язку. Для підтримки і супроводу клієнтів найчастіше використовуються месенджери viber, telegram та messenger. Для організацій онлайн-зустрічей компанія використовує програму для відеодзвінків Google Meet. Також кожен співробітник має корпоративні акаунти Google, що включають корпоративну пошту, гугл-диск та браузер. В більшості використовуються браузери Google Chrome або Safari. Для контролю співробітників у підприємстві немає окремих програм чи застосунків, все відбувається завдяки особистому контролю. Також, компанія не використовує жодного ПЗ для обліку фінансів, відвідуваності та робочих завдань.

Тепер перейдемо до аналізу мережевої інфраструктури. У туристичної агенції “Дім подорожей” відсутні локальні та глобальні мережі та фізичне обладнання для зберігання та оперування даними. Проте, агенція використовує хмарне сховище Google Drive. Завдяки цьому вони зберігають свої дані у одного з трьох найнадійніших провайдерів, які мають відповідні сертифікації та можливість бекапів інформації. З іншого боку, у використанні цього сервісу, а не власних локальних мереж та серверів, існує загроза витоку конфіденційної інформації про клієнтів.

Ще одним важливим інструментом є заходи кібербезпеки. Агенція не використовує антивірусне програмне забезпечення, файрволи та DS/IPS

системи. Це підвищує ризик зараження систем шкідливими програмами і може призвести до втрати даних, збоїв у роботі систем та порушення конфіденційної інформації клієнтів.

Поточний стан управління даними в агенції обмежується використанням локального сховища на ПК та Google Таблиць для зберігання і обробки інформації. Такий підхід має значні обмеження та ризики.

У сфері управління даними у агенції відсутня повноцінна система управління базами даних (DBMS), що значно обмежує можливості агенції в організації та управління великими обсягами інформації. Сховище на ПК не забезпечує належного рівня безпеки та надійності даних, оскільки існує висока ймовірність втрати інформації у разі технічних збоїв або поломки обладнання. Використання Google Таблиць і документів, хоча й забезпечує певний рівень доступності і спільної роботи, та не може замінити функціональність DBMS. Це ускладнює швидкий і точний доступ до даних, що впливає на прийняття обґрунтованих рішень і загальну ефективність роботи.

Ще одним критичним аспектом є відсутність системи резервного копіювання та відновлення даних. Усі дані зберігаються локально на ПК, без належного резервного копіювання (окрім зазначеного хмарного сховища Google Drive, проте не всі дані переміщені з ПК на хмарне сховище), що створює серйозні ризики для безпеки і цілісності інформації. У разі технічного збою або втрати даних, агенція може втратити важливу інформацію, що призведе до операційних проблем. Брак спеціалізованих інструментів для аналітики також є значною перешкодою для роботи агенції. Всі аналітичні завдання зараз виконуються вручну за допомогою Google Таблиць, що є трудомістким процесом, який до того ж, схильний до помилок. Відсутність можливостей для проведення глибоких аналітичних досліджень і виявлення закономірностей ускладнює прогнозування попиту, планування маркетингових кампаній і оцінку ефективності бізнес-процесів. Це знижує здатність агенції адаптуватися до змін ринку і використовувати доступні дані для прийняття стратегічних рішень.

У туристичній агенції повністю відсутнє впровадження штучного інтелекту в операційні процеси: відсутність чат-ботів, віртуальних асистентів та інструментів автоматизації. Це збільшує навантаження на працівників і може знижувати швидкість обробки запитів, особливо важливо у випадках, коли необхідна цілодобова підтримка. Також відсутність аналітичних даних та відповідних інструментів ШІ забирає можливість глибоких досліджень для кращого розуміння поведінки клієнтів, прогнозування попиту та ефективності діяльності компанії загалом.

Ще одним важливим аспектом залишається ставлення робітників до ІТО і їхня обізнаність щодо нових інструментів. Загалом, працівники туристичної агенції "Дім подорожей" демонструють змішане ставлення до інформаційних технологій, що відображає загальну ситуацію в багатьох організаціях, де технологічні зміни впроваджуються поступово. Це ставлення можна охарактеризувати кількома ключовими аспектами. По-перше, працівники звикли до традиційних методів роботи з паперовими документами та локальним зберіганням даних. Вони вважають ці методи надійними і зрозумілими, навіть якщо вони є менш ефективними та більш трудомісткими порівняно з сучасними ІТ-рішеннями. По-друге, частина працівників має обмежені знання і навички у сфері сучасних інформаційних технологій. Це створює певний бар'єр для прийняття і використання нових технологій у щоденній роботі. По-третє, існує гіпотеза, що працівники вважають початок використання нових інформаційних технологій як додаткові обов'язки і збільшення навантаження. Вони можуть бачити ІТ як складні системи, що потребують додаткового часу і зусиль для освоєння. По-четверте, як і в багатьох організаціях сьогодні, існує певний опір змінам, адже працівники вважають, що поточні методи роботи є достатньо ефективними. Вони не бачать нагальної потреби у впровадженні нових технологій і можуть бути скептично налаштовані до змін. Загалом, можна виділити 2 найважливіші пункти, який прямим чином впливають на ІТО туристичної агенції — брак знань та фінансових ресурсів. Для того, щоб отримати додаткові знання

потрібні нові можливості та часові ресурси, а відповідно і фінансові можливості.

Щоб оцінити впровадження інформаційно-технологічної оснащеності туристичної агенції "Дім подорожей" пропонується система балів, яка базується на різних категоріях, що впливають на ефективність діяльності агенції та стосуються безпосередньо інформаційно-технологічних складників. Кожен критерій оцінюється за наявністю або відсутністю певних компонентів, що забезпечують оптимальну роботу туристичної агенції. Система передбачає оцінювання за такими категоріями: обладнання, програмне забезпечення, комунікація з клієнтами, інтернет-видимість, безпека даних, навчання та підтримка персоналу, що відображено у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4.

Оцінка інформаційно-технологічної забезпеченості туристичної агенції "Дім подорожей"

Категорія	Критерій оцінювання	Види балів	Оцінка
Обладнання	Робочий ноутбук (для кожного працівника)	Є - 2 бали, немає - 0	2
	Принтер	Є - 1 бал, немає - 0	1
	Сканер	Є - 1 бал, немає - 0	1
	Wi-Fi роутер	Є - 1 бал, немає - 0	1
	Робочий мобільний телефон	Є - 1 бал, немає - 0	1
Програмне забезпечення	CRM система	Є - 2 бали, немає - 0	1
	Система бронювання турів	Є - 2 бали, немає - 0	2
	ПЗ для обліку фінансів	Є - 1 бал, немає - 0	1
	ПЗ для управління завданнями	Є - 1 бал, немає - 0	0

Комунікація з клієнтами	Онлайн-консультації	Є - 2 бали, немає - 0	2
	Переписка в месенджерах (WhatsApp, Viber, Telegram)	Є - 1 бал, немає - 0	1
	Онлайн-супровід клієнтів	Є - 1 бал, немає - 0	1
	Телефонна підтримка клієнтів	Є - 1 бал, немає - 0	1
Інтернет-видимість	Офіційний веб-сайт	Є - 2 бали, немає - 0	0
	Акаунти в соціальних мережах (Facebook, Instagram)	Є - 2 бали, немає - 0	2
	Рекламні кампанії в інтернеті	Є - 1 бал, немає - 0	0
	PR-напрямок, співпраця з ЗМІ	Є - 1 бал, немає - 0	0
Безпека даних	Система резервного копіювання даних	Є - 2 бали, немає - 0	0
	Антивірусне програмне забезпечення	Є - 1 бал, немає - 0	1
	Захищеність мережі	Є - 1 бал, немає - 0	1
	Паролі на робочих ноутбуках та комп'ютерах	Є - 1 бал, немає - 0	1
	Система двофакторної аутентифікації	Є - 1 бал, немає - 0	0
Навчання та підтримка персоналу	Навчальні вебінари та курси для персоналу	Є - 2 бали, немає - 0	0
	Система обліку відвідувань та навчання співробітників	Є - 1 бал, немає - 0	0
	Чати для спілкування	Є - 1 бал, немає - 0	1
	Система зворотного зв'язку	Є - 1 бал, немає - 0	1

Примітка. Складено автором.

Таким чином, можна зробити комплексну оцінку, залежно від набраних балів. Ця система дозволяє класифікувати рівень технологічної розвиненості агенції та визначити необхідні кроки для покращення.

26-34 балів

Високий рівень інформаційно-технологічної оснащеності

Туристична агенція має майже всі необхідні інформаційні технології та інструменти, що дозволяють ефективно та швидко обслуговувати клієнтів. Високий рівень безпеки даних, комунікації та навчання персоналу. Агенція знаходиться на передовій сучасних технологій, що робить її конкурентоспроможною та привабливою для клієнтів.

20-25 балів

Середній рівень інформаційно-технологічної оснащеності

Туристична агенція має більшість необхідних технологій, однак існують деякі прогалини, які можуть бути покращені. Можливо, агенція потребує модернізації деяких систем або впровадження додаткових технологічних рішень для підвищення ефективності та безпеки.

15-19 балів

Задовільний рівень інформаційно-технологічної оснащеності

Туристична агенція має базовий набір інформаційних технологій, достатній для виконання основних операцій. Однак, є значний потенціал для покращення, зокрема в області безпеки даних, автоматизації процесів та комунікації з клієнтами.

10-14 балів

Низький рівень інформаційно-технологічної оснащеності

Туристична агенція має мінімальний набір технологій, необхідних для базового функціонування. Існує багато напрямків для покращення, що включають модернізацію обладнання, впровадження нових програмних рішень та покращення комунікації з клієнтами.

0-9 балів

Критично низький рівень інформаційно-технологічної оснащеності

Туристична агенція суттєво відстає від сучасних технологічних стандартів. Відсутність ключових інформаційних технологій та інструментів значно обмежує ефективність роботи та конкурентоспроможність на ринку. Необхідно негайне втручання та значні інвестиції у впровадження нових технологій.

На основі оцінки, яка показала, що туристична агенція "Дім подорожей" набрала 22 бали, можна зробити висновок, що рівень інформаційно-технологічної оснащеності знаходиться на середньому рівні. Це свідчить про те, що компанія має більшість необхідних технологій, однак є певні прогалини, які потребують уваги та покращення.

Аналіз та оцінка інформаційно-технічної оснащеності туристичної агенції "Дім подорожей" виявив що основні проблеми пов'язані з браком знань та обмеженими фінансовими ресурсами. Відсутність сучасних систем управління даними, належних заходів кібербезпеки та інструментів штучного інтелекту обмежує ефективність роботи агенції, підвищує ризики втрати даних і ускладнює процес прийняття рішень. Недостатнє використання ІТ-інструментів також знижує рівень обслуговування клієнтів та обмежує конкурентоспроможність агенції у швидко змінюваному ринку.

2.2 Ефективність впровадження технологій для туристичного підприємства

Ефективність впровадження технологій для туристичного підприємства є критичним аспектом для забезпечення його конкурентоспроможності та високої якості обслуговування клієнтів. Оцінка забезпеченості інформаційними технологіями дозволяє не лише визначити ступінь технологічної зрілості компанії, але й виявити слабкі місця, які потребують додаткових ресурсів та уваги. Для туристичної агенції "Дім подорожей" визначення ефективності ІТ-рішень є особливо важливим, оскільки це

дозволяє виявити найбільш ефективні інструменти, визначити напрямки для вдосконалення та забезпечити стабільний розвиток бізнесу.

Впровадження інформаційних технологій у туристичній агенції "Дім подорожей" дозволяє значно підвищити продуктивність та оптимізувати внутрішні процеси. Зокрема, наявність CRM-системи сприяє автоматизації взаємодії з клієнтами, забезпечуючи зберігання та обробку великої кількості даних про замовлення, контакти та уподобання клієнтів. Це дозволяє менеджерам зосередитися на більш важливих завданнях, підвищуючи загальну продуктивність роботи. Автоматизація взаємодії з клієнтами не лише підвищує ефективність роботи співробітників, але й забезпечує персоналізований підхід до кожного клієнта, що сприяє підвищенню рівня задоволеності та лояльності клієнтів.

Інтеграція платформи для онлайн-бронювання забезпечує клієнтам можливість великого вибору та бронювання туристичних послуг з різними ціновими категоріями. Це не лише знижує навантаження на персонал агенції, але й підвищує зручність та швидкість обслуговування для клієнтів. Оперативність та доступність інформації про наявність місць, ціни та умови бронювання є ключовими факторами для задоволення сучасних споживачів, які цінують швидкість та зручність в отриманні послуг. Можливість клієнтів самостійно здійснювати бронювання в режимі реального часу сприяє підвищенню їхнього задоволення та зменшує час очікування, що є важливим фактором у сучасному динамічному світі.

Однак, відсутність балів за критерії безпеки даних, маркетингу та інформаційної забезпеченості персоналу свідчить про можливості для покращення діяльності. Забезпечення належного рівня кібербезпеки є критичним аспектом для будь-якого сучасного підприємства, особливо у сфері туризму, де обробляються великі обсяги конфіденційних даних клієнтів. Впровадження антивірусного програмного забезпечення, міжмережевих екранів та систем виявлення вторгнень (IDS) дозволяє захистити інформаційну інфраструктуру від шкідливих атак та несанкціонованого доступу. Регулярне

оновлення програмного забезпечення та проведення аудиту безпеки сприяє підтримці високого рівня захисту даних.

Впровадження сучасних інформаційних технологій дозволяє також значно підвищити ефективність маркетингових зусиль туристичної агенції. Використання систем рекомендацій на основі штучного інтелекту дозволяє пропонувати клієнтам персоналізовані пропозиції, що відповідають їхнім уподобанням та попередньому досвіду. Це сприяє підвищенню рівня задоволеності клієнтів та збільшенню обсягу продажів. Аналітика даних, зокрема, дозволяє агенції краще розуміти поведінку клієнтів, виявляти тренди та приймати обґрунтовані рішення щодо маркетингових стратегій. Застосування сучасних аналітичних інструментів дозволяє здійснювати глибокий аналіз великих обсягів даних, що допомагає виявити приховані закономірності та тенденції.

Важливим аспектом є також забезпечення належного рівня інформаційної підтримки персоналу. Використання сучасних інструментів для комунікації, електронного документообігу та фінансового обліку дозволяє значно спростити внутрішньоорганізаційні процеси, знизити ризик помилок та підвищити продуктивність праці. Навчання персоналу та постійне вдосконалення їхніх навичок роботи з інформаційними технологіями є необхідними умовами для максимального використання потенціалу ІТ-рішень. Сучасні навчальні платформи та системи управління навчанням дозволяють проводити навчання персоналу в інтерактивному режимі, що підвищує ефективність засвоєння матеріалу.

Впровадження технологій також сприяє покращенню взаємодії між співробітниками агентства. Електронні системи обміну даними забезпечують швидкий та надійний обмін інформацією, що сприяє кращій координації дій та зниженню ймовірності помилок.

Таким чином, можна зробити висновок, що впровадження інформаційних технологій у туристичній агенції "Дім подорожей" дозволяє значно підвищити продуктивність, оптимізувати внутрішні процеси та

забезпечити високий рівень обслуговування клієнтів. Використання CRM-систем, платформ для онлайн-бронювання вже зараз сприяє не лише автоматизації великої кількості процесів, але й підвищенню рівня задоволеності клієнтів, зростанню їхньої лояльності та збільшенню частоти звернень до послуг агентства. Впровадження сучасних інформаційних технологій є необхідним кроком для забезпечення стабільного розвитку та конкурентоспроможності туристичного підприємства у сучасних умовах ринку. Застосування інноваційних IT-рішень дозволяє агентству не лише задовольняти сучасні потреби клієнтів, але й активно реагувати на зміни ринку та впроваджувати нові бізнес-моделі, що сприяє довгостроковому успіху та стійкості бізнесу.

Для якісної оцінки ефективності впровадження інформаційних технологій у туристичній агенції "Дім подорожей" необхідно здійснити комплексний підхід, який включає кілька ключових етапів та інструментів. Основні аспекти, які слід враховувати під час оцінки, наведено нижче. Сьогодні агенція не відслідковує такі показники у розрізі інформаційно-технологічного оснащення, а тому необхідно впровадити ряд рекомендацій для успішного відстеження ефективного впровадження інструментів.

Перш за все, необхідно визначити ключові показники ефективності (KPI). Це можуть бути як фінансові, так і нефінансові показники, що відображають різні аспекти діяльності агентства. До фінансових показників належать такі як збільшення обсягу продажів, зменшення витрат на обслуговування клієнтів, підвищення рентабельності тощо. Нефінансові показники включають задоволеність клієнтів, швидкість обслуговування, ефективність внутрішніх процесів, рівень лояльності клієнтів тощо.

Наступним етапом необхідно впровадити систему фіксації показників в одному середовищі: це може бути документ або ж таблиця, де працівники фіксуватимуть якісні та кількісні показники.

Для оцінки ефективності впровадження IT-рішень необхідно також використовувати інструменти моніторингу та звітності. Це можуть бути

спеціалізовані програмні засоби, які дозволяють відстежувати виконання планів, аналізувати показники ефективності та готувати звіти для керівництва агентства. Регулярний моніторинг дозволяє своєчасно виявляти проблеми та коригувати стратегії впровадження технологій.

Одним з ключових інструментів моніторингу є системи бізнес-аналітики (BI), які збирають, обробляють та аналізують дані з різних джерел. Вони дозволяють керівникам агентства отримувати глибокі інсайти про стан бізнесу, виявляти тренди та приймати обґрунтовані рішення. Наприклад, BI-системи можуть аналізувати продуктивність окремих відділів, оцінювати ефективність маркетингових кампаній або визначати, які продукти користуються найбільшою популярністю серед клієнтів.

Окрім цього, важливим аспектом є залучення персоналу до процесу оцінки ефективності IT-рішень. Співробітники агентства повинні бути ознайомлені з новими технологіями та навчатися їх використанню. Проведення тренінгів та навчальних семінарів сприяє підвищенню кваліфікації персоналу та забезпечує більш ефективне використання інформаційних технологій. Необхідно проводити бесіди, щоб розуміти наскільки працівникам вдається використовувати нові інструменти ІТО, які їхні переваги та недоліки.

Проведення опитувань та аналіз відгуків клієнтів дозволяє оцінити, наскільки впроваджені технології сприяють покращенню обслуговування та задоволенню потреб клієнтів. Врахування зворотного зв'язку від клієнтів допомагає коригувати стратегії впровадження та орієнтуватися на реальні потреби споживачів. Це безкоштовний спосіб отримати якісний зворотний зв'язок, який, окрім потрібних результатів, збільшує рівень довіри клієнтів до агенції. Крім того, систематичний аналіз відгуків дозволяє виявляти нові потреби та очікування клієнтів, що може стати основою для розробки нових продуктів або послуг, які ще більше зміцнять позиції агентства на ринку.

Також важливо здійснювати порівняльний аналіз з конкурентами. Дослідження ринку та аналіз діяльності конкурентів дозволяє оцінити, які

технологічні рішення використовують інші компанії у цій сфері, та визначити найкращі практики, які можуть бути застосовані у власному бізнесі.

Отже, запровадження сучасних технологій у роботу туристичної компанії відіграє ключову роль у забезпеченні її лідерства на ринку та якості обслуговування клієнтів. Ретельний аналіз технічного оснащення допомагає не тільки оцінити рівень технологічного розвитку компанії, але й виявити аспекти, які потребують покращення або модернізації. Наприклад, для туристичного агентства "Дім подорожей" чітке розуміння ефективності використання ІТ інструментів є критично важливим для оптимізації робочих процесів та подальшого стратегічного розвитку.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО ОСНАЩЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ “ДІМ ПОДОРОЖЕЙ”

3.1 Розробка стратегічних напрямків удосконалення інформаційно-технологічного оснащення

Під час аналізу стану інформаційно-технологічного оснащення туристичної агенції “Дім подорожей”, було виділено ряд ключових напрямків, які потребують удосконалення у сфері впровадження ІТ-рішень, які представлені в додатку Г.

Ці проблеми створюють перешкоди на шляху до успіху в діяльності агенції, а також зупиняють еволюційний розвиток компанії у сфері інформаційних технологій.

Можна зробити висновок, що туристична агенція "Дім подорожей" стикається з низкою технологічних викликів, які можуть бути вирішені шляхом комплексного підходу до оновлення її ІТ-інфраструктури. Для максимально ефективного вирішення поточних проблем підприємства та забезпечення належного рівня забезпеченості інформаційними технологіями, запропоновано стратегічну концепцію “ІТ трансформація”. Ця стратегія сформована на основі слабких сторін інформаційно-технічного оснащення та сучасними ІТ-засобами. Стратегія включає конкретні рішення для усунення існуючих проблем, оптимізацію бізнес-процесів та підвищення конкурентоспроможності агенції на ринку. Впровадження цієї стратегії не тільки вирішить існуючі проблеми, а і допоможе відкрити нові можливості для росту та розвитку. Для початку необхідно визначити завдання, які зможе вирішити ця стратегія. Вони сформовані на основі ключовий проблем агенції “Дім подорожей” та з урахуванням сучасних тенденцій розвитку туристичних агенцій і продемонстровані на рисунку 3.1.



Рис. 3.1. Завдання, які вирішить стратегія “ІТ трансформація”

Примітка. Складено автором.

Як видно зі схеми 3.2, стратегія покращення інформаційно-технологічного забезпечення, розроблена для туристичної агенції "Дім подорожей", охоплює широкий спектр завдань, які спрямовані на оптимізацію внутрішніх процесів, підвищення ефективності та покращення якості обслуговування клієнтів.

Завдяки вирішенню цих завдань, агенція отримає значний результат у своїй роботі та взаємодії з клієнтами. Отже, очікувані результати від реалізації стратегії “ІТ трансформація” у діяльність туристичної агенції “Дім подорожей” можна описати наступним чином.

По-перше, впровадження сучасних систем дозволить автоматизувати ключові бізнес-процеси: управління ресурсами, фінансовий облік та управління персоналом. Це сприятиме зниженню витрат на операційні процеси, підвищенню точності даних та забезпеченню швидкого доступу до важливої інформації. Завдяки автоматизації рутинних завдань, працівники зможуть зосередитися на стратегічних ініціативах, що підвищить загальну

продуктивність агенції. Це також дозволить швидко адаптуватися до змін ринку та приймати обґрунтовані рішення на основі актуальної інформації.

По-друге, інтеграція нових рішень сприятиме кращій взаємодії з клієнтами та буде надавати персоналізовані послуги і оперативно реагувати на запити, що підвищить рівень задоволеності клієнтів, збільшить їхню лояльність та сприятиме зростанню кількості повторних замовлень. Персоналізований підхід до обслуговування також допоможе залучити нових клієнтів через позитивні відгуки та рекомендації. Нові рішення дозволять зберігати та аналізувати історію взаємодії з клієнтами, що дозволить краще розуміти їхні потреби та очікування.

По-третє, впровадження комплексних засобів дозволить значно знизити ризик кібератак та витоку даних. Це забезпечить збереження конфіденційної інформації клієнтів та зміцнить репутацію агенції.

Компанія отримає удосконалення мережевої інфраструктури, яке сприятиме покращенню взаємодії між працівниками, забезпечуючи безперебійний обмін інформацією та швидку реакцію на зміни. Це дозволить більш ефективно планувати та виконувати завдання, підвищуючи загальну продуктивність команди. А покращення внутрішніх комунікацій дозволить забезпечити оперативну координацію дій між різними підрозділами агенції, що сприятиме досягненню спільних цілей.

Деякі з рішень стратегії забезпечать високий рівень кваліфікації працівників у сфері сучасних ІТ-технологій. Це сприятиме зниженню кількості помилок, підвищенню ефективності використання нових систем та збільшенню продуктивності роботи. Навчання та розвиток персоналу дозволять підтримувати високий рівень професійної компетентності, що є критично важливим для успішного впровадження нових технологій.

Загалом, комплексний підхід до впровадження ІТ-рішень дозволить агенції "Дім подорожей" зайняти більш вигідну позицію на ринку та стати провідним лідером на локальному ринку послуг. Оптимізація бізнес-процесів, покращення якості обслуговування клієнтів та забезпечення високого рівня

безпеки сприятиме залученню нових клієнтів та зміцненню довіри існуючих. Також завдяки автоматизації рутинних завдань та оптимізації процесів, агенція зможе значно знизити операційні витрати, а покращення взаємодії з клієнтами та підвищення їхньої лояльності сприятиме зростанню доходів від продажу послуг. Ефективне управління ресурсами дозволить більш раціонально використовувати наявні ресурси та інвестиції. Зростання доходів і зменшення витрат забезпечать фінансову стабільність агенції та створять умови для її подальшого розвитку.

Перевагами цієї стратегії є інтегрований підхід, який дозволяє забезпечити максимальну узгодженість між різними аспектами діяльності підприємства, фазовий підхід, завдяки якому стратегія набуває гнучкості та можливості адаптації до змінних умов ринку.

3.2 Стратегічна концепція удосконалення інформаційно-технологічного оснащення туристичної агенції “Дім подорожей”

Загально, стратегія “ІТ трансформація” складається з 7 важливих етапів, які виділено за пріоритетністю та необхідністю впровадження. Перші 2 етапи є вирішальними та суттєво впливають на діяльність агенції, та роботу з клієнтами. Етапи 3, 4 та 5 мають важливе значення і впливають на конкурентоспроможність компанії. Етапи 5 та 6 Етап 7 несе рекомендаційний характер та може бути впроваджений за наявності відповідних ресурсів. За допомогою методу Value vs Effort Matrix було розставлено пріоритети для планування. Value vs Effort Matrix — це методологічний підхід, що дозволяє класифікувати та пріоритезувати завдання на основі двох ключових критеріїв: цінності (value) і зусилля (effort). Цей підхід допомагає організаціям ефективно розподіляти ресурси та фокусуватися на завданнях, які приносять найбільшу користь при мінімальних витратах [51].

Цінність (Value) вимірює наскільки завдання зможе вплинути на досягнення стратегічних цілей організації. Це може включати покращення

продуктивності, підвищення задоволеності клієнтів, збільшення доходів тощо. Зусилля (Effort) показує необхідні ресурси для виконання завдання, включаючи час, вартість, людські ресурси та технічні складнощі. Після оцінки цінності та зусиль для кожного завдання, їх можна розмістити на матриці, яка поділена на чотири квадранти.

Висока цінність, низьке зусилля — найпріоритетніші завдання, які потрібно виконати в першу чергу. Цей квадрант називають "Швидкі перемоги" (Quick Wins). Завдання в цьому квадранті є найпривабливішими, оскільки вони легко виконуються і приносять значну користь. Багато хто рекомендує починати з реалізації саме цих завдань.

Висока цінність, високе зусилля — завдання з високим пріоритетом, які потребують ретельного планування та ресурсів. Цей квадрант називають "Великі ставки" (Big Bets) або "Стратегічні ініціативи" (Strategic Initiatives). Ці завдання є великими проектами, які потребують значних ресурсів, але обіцяють великий зиск. Наприклад, це можуть бути значні зміни у користувацькому інтерфейсі або нові функціональні можливості. Виконання завдань з цього квадранту слід ретельно планувати і реалізовувати одне за одним.

Низька цінність, низьке зусилля — завдання з середнім пріоритетом, які можна виконувати за наявності ресурсів. Цей квадрант називають "Доповнення" (Fill-ins) або "Можливі" (Maybes). Ці проекти можуть не приносити багато користі, але вони легко виконуються. Їх можна додавати до плану дій після реалізації завдань з перших двох квадрантів для заповнення вільного часу або ресурсів.

Низька цінність, високе зусилля — найнижчий пріоритет, завдання які можна відкласти. Цей квадрант називають "Тратники часу" (Time Sinks) або "Гроші на вітер" (Money Pit). Ці проекти потребують багато ресурсів і часу, але створюють лише обмежену користь. Зазвичай, їх виконання слід відкласти на останнє місце. Плануючи впровадження стратегії "ІТ трансформація" у туристичній агенції "Дім подорожей", використання

матриці "Цінність-зусилля" допоможе визначити пріоритетність кожного етапу. Це дозволить компанії ефективно розподілити ресурси та зосередитися на найважливіших завданнях.

Етапи реалізації стратегії "ІТ трансформація" відповідно до методу Value vs Effort Matrix зображені на рисунку 3.2.

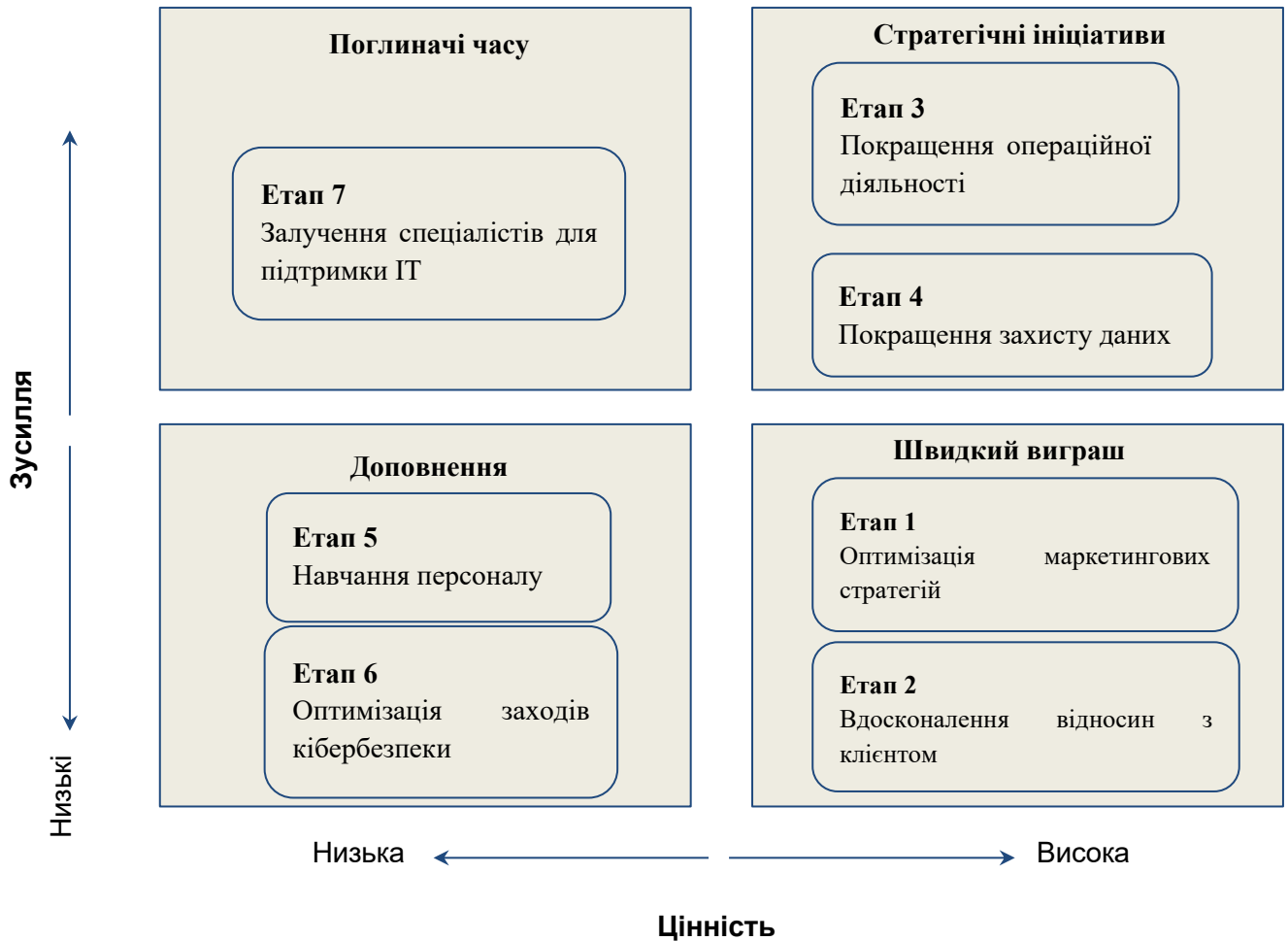


Рис. 3.2. Складові впровадження стратегії "ІТ трансформація"

Примітка. Складено автором.

З рисунку 3.2. ми можемо зробити висновок, що складові стратегії "ІТ трансформація" дозволяють повною мірою вирішити проблеми підприємства, покращити стан забезпечення інформаційними технологіями і покращити діяльність підприємства. Далі буде наведено детальну характеристику етапів.

Найперше варто проаналізувати квадрант “швидкий виграш”, адже саме вона дає найбільше результату та цінності за найменше використання ресурсів. До цього квадранту належать 2 етапи:

Етап 1. Оптимізація маркетингових стратегій

Оптимізація маркетингових стратегій є критично важливою для підвищення видимості компанії в інтернеті та залучення нових клієнтів. Сьогодні У рамках цього етапу пропонується декілька кроків: аналіз цільової аудиторії, розвиток соціальних мереж, SEO оптимізація, імейл-маркетинг, розсилки та таргетована реклама. Цей етап є найбільш адаптованим для того, щоб вирішити його завдання як самостійно, так із залученням додаткових ресурсів. В таблиці 3.1 сформовані можливі варіанти для швидкого та ефективного запуску маркетингової складової агенції.

Таблиця 3.1.

Варіанти запуску маркетингових процесів

Види робіт та ціна	Послуги агенцій	Залучення маркетолога та SMM менеджера у штат
Аналіз цільової аудиторії	Шаблон “Цільова аудиторія” — 310 грн [45]	Входить в обов’язки
SEO оптимізація	Вебстудія iFish — 22 291 грн [41]	Входить в обов’язки або можливе залучення працівника з аутсорсу ~ від 4000 гривень.
Імейл-маркетинг розсилки	та Агенство eSputnik — 38 000/місяць [37]	Платформа eSputnik. До 500 контактів безкоштовно, від 500 до 1000 — 235 грн/місяць [36]
Розвиток соцмереж	Агенція star-marketing — 19900 грн/місяць за 1 мережу (фейсбук, інстаграм, лінкедін)	Входить в обов’язки
Таргетована реклама	Агенція star-marketing — ведення від 14900, бюджет від 10 000 грн.	Витрати лише на рекламний бюджет — від 10 000 грн

Примітка. Складено автором.

З таблиці 3.1 зрозуміло, що найвигіднішим рішенням для агенції буде залучити маркетолога та SMM-менеджера. Маркетолог — це фахівець, який розробляє і реалізує стратегії маркетингу для досягнення бізнес-цілей компанії. До обов'язків маркетолога входить проведення досліджень ринку, розроблення маркетингових планів, визначення цільової аудиторії, управління брендом, реклама та просування, аналіз результатів і взаємодія зі споживачами [34]. SMM-менеджер — це спеціаліст, який займається просуванням бренду, компанії, продукту в соціальних мережах [9]. Залучення агенцій або самостійне ведення маркетингових кампаній може бути часозатратно та відволікати вже наявних співробітників від основної діяльності. А найголовніше, це може не принести бажаного результату і тоді впровадження маркетингових стратегій перенесеться на невизначений термін. Середня зарплата маркетолога у Хмельницькому — 20 000 грн [57]. Середня зарплата SMM-менеджера — 18 000 гривень [56]. Саме тому, рішення залучити нових спеціалістів буде найбільш оптимальним та ефективним.

Наступним кроком є вдосконалення відносин з клієнтом. Це є ключовим аспектом у покращенні загального досвіду клієнтів та підвищенні їхньої лояльності. Цей процес включає впровадження систем, що дозволяють збирати, аналізувати та використовувати інформацію про клієнтів для надання персоналізованого сервісу, вдосконалення комунікацій та вирішення можливих проблем з максимальною ефективністю.

Згідно аналізу поточного стану відносин з клієнтом у туристичній агенції “Дім подорожей”, бачимо, що раніше активно використовувалася CRM-система “All-Inclusive CRM”. Customer Relationship Management — це система управління відносинами з клієнтами [7]. Аналізуючи конкретну систему All-Inclusive CRM, бачимо що вона досить ефективна та пристосована до потреб туристичної агенції. Але є і мінуси, власне, внаслідок яких агенція тимчасово відмовилася від використання цієї системи — ціна. Вартість одного місяця користування складає від 938 грн. Все ж, відносини з клієнтами та збір їхніх даних — чи не найважливіша інформація для туристичної агенції.

Завдяки цій інформації агенція може генерувати нових клієнтів, аналізувати успішність турів та свою цільову аудиторію, а найголовніше — збільшувати лояльність до клієнтів та сприяти їхньому повторному поверненні. У рамках стратегії вдосконалення відносин з клієнтами пропонується використовувати CRM-систему Pipedrive. Pipedrive має більше переваг та виділяється своїми можливостями, а найголовніше — доступною ціною [48]. Pipedrive розроблена з акцентом на покращення процесів продажів, що допомагає ефективно керувати угодами та лідами, вона проста у використанні та не потребує глибоких технічних знань, має можливість автоматизації рутинних завдань, що підвищує продуктивність роботи співробітників, наприклад автоматичне відстеження статусу угод чи створення звітів. Ця платформа дозволить централізовано зберігати та аналізувати найважливішу інформацію, що покращить знання агенції про клієнтів. Вартість такого рішення — \$9.99, що значно менше за поєднану систему.

Ще одним важливим кроком на цьому етапі — навчання, яке допоможе краще взаємодіяти з клієнтами. Для покращення навичок і здобуття нових знань пропонується відвідування курсу з продажів та клієнтського сервісу. Перший курс — “Клієнтський сервіс” від Laba. Курс зосереджений на розробці навичок високоякісного обслуговування клієнтів. Він охоплює стратегії взаємодії з клієнтами, техніки вирішення конфліктів, підходи до забезпечення позитивного досвіду клієнтів та підвищення лояльності. Ціна ~ 30 000 грн [43]. Другий курс — “Sales Basic” від Projector, охоплює основи процесу продажів, техніки ефективного спілкування з потенційними клієнтами, стратегії залучення та утримання клієнтів. Він включає практичні вправи та реальні кейси, що допомагають розвинути навички продажів. Ціна ~ 14 000 грн [50].

Наостанок, додатковою перевагою під час реалізації цього етапу, буде проведення опитування серед вже існуючих клієнтів компанії. По-перше, це створить більш довірливі стосунки з агенцією та дозволить відчувати, що їхня думка цінна. По-друге, це безкоштовний інструмент, який може дати велику

цінність, адже часто саме завдяки відгукам можна зрозуміти куди краще рухатися. До того ж, вся діяльність агенції влаштована навколо і для клієнтів.

Наступним розглянемо квадрант “Стратегічні ініціативи”. Почнемо з етапу 3, покращення операційної діяльності. Він є фундаментальним етапом, оскільки ефективне управління бізнес-процесами є основою для підвищення продуктивності та зниження витрат. Це дозволяє компанії зосередитися на стратегічних цілях і забезпечити стійкий розвиток.

Найперший крок, який необхідно впровадити — запровадити ERP-систему. ERP — це скорочення від Enterprise Resource Planning, тобто планування ресурсів підприємства [8]. Travelpro є потужним інструментом для автоматизації та оптимізації бізнес-процесів туристичної агенції [54]. Вона забезпечує комплексне управління як фронт-офісними, так і бек-офісними операціями, що є надзвичайно важливим для сучасного бізнесу. ERP-система автоматизує різноманітні бізнес-операції, такі як генерація лідів, звітність та управління персоналом, це дозволяє значно скоротити час на виконання рутинних задач та підвищити ефективність роботи. Також система дозволяє управляти бронюваннями в режимі реального часу, підключатися до глобальних дистрибуційних систем (GDS) та інших сторонніх API, що забезпечує централізоване управління всіма бронюваннями. Travelpro інтегрує функції фінансового обліку та звітності, що дозволяє вести детальний облік доходів і витрат, а також генерувати різноманітні звіти для аналізу фінансової діяльності, а також може інтегруватися з CRM-системою. Фактично, це було б найкращим рішенням для операційної діяльності, яке дозволило б організувати всю операційну діяльність підприємства. Проте, вона коштує \$799, що може бути досить великою сумою у рамках бюджету на ІТО. Це було б найкращим рішенням, проте, зважаючи на загальну економічну ситуацію можливо запропонувати альтернативи, які забезпечують основні функціональні можливості для управління бізнес-процесами. Наприклад, безкоштовні сервіси для постановки задач чи фінансового обліку Trello чи Notion. Для фінансового обліку можна використовувати безкоштовну версію

програми ERP FOSS, яка забезпечує всі необхідні функції для ведення бухгалтерського обліку малого бізнесу, облік доходів і витрат, формування звітності та сплату податків. Платформа відкриває можливості для автоматизованого ведення обліку всіх фінансових операцій, створення податкових звітів та іншої необхідної документації та автоматичне отримання банківських виписок [38].

Notion є універсальним інструментом для управління проектами та знаннями. Він дозволяє організувати робочий процес, створювати бази даних, планувати завдання та зберігати документи в одному місці [47]. Trello це також популярний інструмент для управління проектами, що використовує систему дошок і карток для організації та відстеження завдань, можлива інтеграція з іншими інструментами Google Calendar, Slack, Notion [55].

Захист даних є етапом 5 стратегії “ІТ трансформація”. Це критично важливо для захисту інформаційних активів та конфіденційної інформації клієнтів, потребує значних зусиль, але є стратегічною ініціативою, що забезпечує безпеку та стабільність бізнесу. Зважаючи на те, що поточний стан забезпечення безпеки даних не є задовільним, компанії важливо почати впроваджувати перші кроки до захисту даних. В агенції використовується хмарне сховище Google Drive та пам'ять пристроїв. Найпершим кроком у цьому напрямку буде організаційна зміна, згідно з якою всі співробітники, які працювали або працюватимуть у компанії повинні використовувати для роботи лише корпоративні пристрої, під'єднані до однієї локальної мережі. Це убезпечить агенцію від навмисного чи випадкового викрадення даних співробітниками та зменшить ймовірність використання цих даних співробітником під час роботи на іншому підприємстві-конкуренті. Наступний важливий крок — захист даних клієнтів. Внаслідок користування лише сховищем пристрою, існує велика ймовірність втрати даних або їх викрадення. Тут необхідно зробити декілька важливих кроків. По-перше, необхідно створювати резервне копіювання даних або вручну або за допомогою зовнішніх накопичувачів. Проте, якщо ж у попередніх кроках буде

запроваджено CRM-систему та ERP-систему, то ця проблема перестане бути актуальною, адже тоді дані будуть зберігатися на хмарних сховищах. По-друге, з точки зору законодавства, дані клієнтів залишаються незахищеними. у випадку кібератаки або ж фізичного заволодіння даними, клієнт може подати судовий позов. В цьому випадку, за відсутності ресурсів на кращі рішення, які зазначаються попередньо, варто прописувати цей пункт в договорі з клієнтом. Це допоможе убезпечити агенцію від судових процесів та знизить ризик фінансових витрат на судові справи. Додатково необхідно встановити надійні паролі на пристрої та настроїти двофакторну аутентифікацію там, де це можливо.

Наступним квадрантом для впровадження стратегії “ІТ трансформація” є “доповнення”. Цей квадрант містить декілька важливих етапів: етап 6 та етап 7. Навчання персоналу та вдосконалення кібербезпеки це важливі складові ІТО підприємства. Вони мають не таку велику цінність, як попередні пункти, проте важливі для злагодженої роботи підприємства. Сьогодні кібербезпека повинна бути важливою складовою підприємства, адже більшість робочого часу агенція проводить у мережі. Для цього необхідно встановити антивірусні програми, наприклад Avast Free Antivirus. Це безкоштовний антивірус з інтелектуальним скануванням та захистом у режимі реального часу [33].

Кібербезпека не дарма була позначена як менш пріоритетні, адже туристичні агенції менш вразливі до кібератак порівняно з іншими секторами. Це пояснюється меншою кількістю конфіденційних даних та фінансових транзакцій у цій сфері. Згідно дослідження World Economic Forum найбільш вразливими є сфери освіти, охорони здоров'я, військова сфера, банківська справа та роздрібна торгівля [58]. Саме тому такі способи захисту на даному етапі діяльності агенції є достатніми. Якщо ж говорити про навчання персоналу, то це ще один не менш важливий складник. Попередньо вже були згадані декілька курсів для покращення взаємодії з клієнтом, проте цей список варто розширити. Найкращий спосіб дати своїй команді потрібні завдання — впровадити в роботу LMS-систему. Це веб-програма, призначена для

управління навчальним контентом, взаємодією зі студентами або працівниками, інструментами оцінювання та звітами про прогрес у навчанні та діяльність студентів [35]. Для цього можна використати безкоштовну систему Moodle [46]. Зважаючи на поточну кількість працівників більш раціональним рішенням буде проходження курсів або семінарів з тематик інформаційних технологій.

Останнім квадрантом є “поглиначі часу”, який включає в себе етап 7 — залучення спеціалістів для підтримки інформаційних технологій на підприємстві. Цей процес є часозатратним через високі вимоги до кваліфікації кандидатів, необхідність пошуку та відбору спеціалістів, які володіють потрібними технічними навичками та досвідом роботи. Можливо це потребує і залучення рекрутера, який допоможе оцінити навички кандидата. Виклик полягає у забезпеченні стабільної та ефективної роботи ІТ-структур, що потребує постійного навчання та адаптації до нових технологій. Для залучення відповідних спеціалістів рекомендується використовувати сайти з пошуку роботи, наприклад як LinkedIn, де можна знайти профілі потенційних кандидатів, оцінити їхні професійні навички та запропонувати вакансію [44].

Важливим аспектом реалізації даної комплексної стратегії є урахування масштабування. Масштабування — це розвиток бізнесу шляхом розширення діяльності для отримання більшого прибутку [14]. Воно може відбуватися декількома способами, наприклад збільшення потужностей виробництва або ж створення франшиз чи філій. Така практика є досить поширеною на етапі успішної діяльності виробництва. Цей фактор необхідно враховувати при плануванні наступних інформаційно-технічних рішень, адже при збільшенні кількості клієнтів та змовлень потужність техніки та інших складових повинна збільшуватися. Одночасно з тим, якщо ж обсяг компанії та кількість працівників зменшаться, то необхідно буде врегулювати наявні ІТ-рішення, аби скоротити фінансові витрати підприємства та адаптувати ІТ забезпечення до нових умов. Якщо агенція планує розширити свою діяльність на нові регіони, ІТ-інфраструктура повинна бути здатна підтримувати роботу в різних

часових поясах та мовних середовищах. Це потребуватиме налаштування мережових з'єднань, систем безпеки та підтримки клієнтів. Можна зробити висновок, що масштабування є важливим фактором, який необхідно враховувати під час реалізації даної стратегії. Воно забезпечує гнучкість, адаптивність та економічну ефективність ІТ-інфраструктури, що сприяє підвищенню продуктивності, конкурентоспроможності та здатності реагувати на зміни ринкових умов.

Ще одним важливим аспектом впровадження даної стратегії є вимірювання ефективності, адже це дозволить зрозуміти наскільки ІТ-рішення покращило роботу агенції. Ефективність може бути оцінена через покращення ключових показників ефективності (KPIs), наприклад, час реагування на запити клієнтів, ступінь задоволеності клієнтів, та вартість утримання ІТ-систем. Для найефективнішої оцінки та раціонального розподілення часу, не відволікаючись на непотрібні показники, необхідно використовувати показник ROI. Він розраховується наступною формулою: $ROI = (\text{Прибуток} + (\text{Ціна продажу} - \text{ціна придбання}) / \text{Ціна придбання}) * 100\%$. Завдяки цьому можна буде якісно оцінити наскільки інвестиція в ту чи іншу систему допомогла збільшити прибуток. Для цього необхідно створити документ, в якому фіксувати всі необхідні показники, наприклад ціна покупки, прибуток, зношення. Також необхідно відслідковувати часові витрати на рутинні завдання, наприклад вести таблицю обліку часу, щоб розуміти як ті чи інші рішення впливають на роботу агенції.

Загалом, автоматизація дозволяє значно скоротити час, необхідний для обробки запитів та замовлень, що безпосередньо впливає на загальну продуктивність підприємства.

Загалом, можна зробити висновок, що центральне завдання стратегії полягає у впровадженні сучасних систем, що дозволить ефективно керувати фінансовими, людськими та матеріальними ресурсами. Це забезпечить централізоване та автоматизоване управління, знизить витрати на операційну діяльність та підвищить загальну продуктивність роботи агенції. Завдяки

впровадженню удосконалених систем агенція зможе покращити взаємодію з клієнтами, забезпечивши більш персоналізоване обслуговування та оперативну відповідь на запити. Це зміцнить відносини з клієнтами та збільшить їхню задоволеність і лояльність.

ВИСНОВКИ

Під час дослідження було досягнуто всіх поставлених завдань:

- визначено суть, зміст та різновиди інформаційно-технологічної оснащеності підприємств;
- виділено основні інструменти технологічної оснащеності;
- проведено оцінку інформаційно-технологічного оснащення підприємства;
- проаналізовано вплив інформаційно-технологічної оснащеності на ефективність підприємства;
- проаналізовано інформаційно-технологічну оснащеність підприємства “Дім подорожей”
- сформовано перспективні методи впровадження сучасних технологій у вітчизняні підприємства.

Протягом усієї еволюції, людство прагнуло систематизувати інформацію, щоб мати можливість зберегти та відтворити важливі дані. Сьогодні ми живемо у еру технологічного прогресу, де щоразу з’являються нові інформаційні технології. Туристична сфера — одна з найшвидкоплинних та сфер, все змінюється за хвилини, а інформації з кожним разом стає все більше і більше. Саме тому туристичні підприємства потребують високого рівня адаптивності та систематизації.

Туристична агенція «Дім подорожей» — конкурентоздатна організація, яка іде в ногу з часом та використовує сучасні інформаційні технології у своїй роботі. Проте, впровадження технічних рішень в агенції недостатньо задовільне та потребує покращення. В туристичній агенції “Дім подорожей” має достатній рівень рівень інформаційно-технологічної оснащеності знаходиться на середньому рівні. Агенція має достатньо сильні сторони у вигляді технічного оснащення. Під час аналізу було виявлено слабкі сторони ІТО.

На основі виявлених проблем було запропоноване рішення для покращення роботи агенції у вигляді стратегії “ІТ трансформація”. Вона має

на меті впровадження ряду систем, завдяки яким компанія зможе автоматизувати взаємодію з клієнтами, підвищуючи їхню лояльність та задоволеність, автоматизацію основних бізнес-процесів без значних фінансових витрат. Стратегія впровадження інформаційних технологій у туристичній агенції "Дім подорожей" базується на використанні доступних та ефективних інструментів, які сприятимуть покращенню обслуговування клієнтів, автоматизації процесів та підвищенню загальної ефективності роботи підприємства.

Підсумовуючи все вищесказане, можна зробити висновок, що сьогодні інформаційні технології не просто перевага підприємства, а його пряма необхідність. Проведений аналіз показав, що інформаційні технології є незамінним інструментом для підвищення конкурентоспроможності та ефективності туристичної агенції «Дім подорожей» та туристичних підприємств в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аль-Джамалі А.-М., Мацків О. Сфери застосування інформаційних технологій. Гармонізація суспільства – новітній напрямок розвитку держави: матеріали Всеукр. наук. конф. аспірантів та молодих вчених 25 березня 2014 р. Одеса: ОНЕУ 2014. С. 49-53.
2. Атанасов М., Йона О. Вплив інформаційних технологій на розвиток підприємства. Гармонізація суспільства – новітній напрямок розвитку держави: матеріали Всеукр. наук. конф. аспірантів та молодих вчених 25 березня 2014 р. Одеса: ОНЕУ 2014. С. 54-61.
3. Використання інформаційних технологій у туризмі. URL: https://eprints.kname.edu.ua/12099/1/%D0%98%D0%A1%D0%A2%D0%9F__%D1%83%D0%BA%D1%80_%D1%80%D0%B5%D0%B4.pdf.
4. Вовненко Н., Галуша А. Секція: Сучасні інформаційні технології.
5. Голей Ю., Дрік І. Аналіз використання штучного інтелекту в системах управління бізнес-процесами: переваги та недоліки. *Challenges and Issues of Modern Science* 2023 1: 382-386.
6. Гребешкова О.В., Радченко С.А. Використання інформаційних технологій в управлінні сучасним підприємством. Вісник Запорізького національного університету. URL: https://web.znu.edu.ua/herald/issues/2010/Vest_Ek6-2-2010-PDF/129-138.pdf.
7. Дія.Бізнес. Що таке CRM-система, як обрати та працювати з CRM. URL: <https://business.diia.gov.ua/handbook/prodazi/so-take-crm-sistema-ak-obrati-j-pracuvati-z-crm-so-vazlivo-zamiruvati>.
8. Дія.Бізнес. Що таке ERP-система та як вона допоможе вашому бізнесу. URL: <https://business.diia.gov.ua/cases/sistematizacia-biznes-procesiv/so-take-erp-sistema-ta-ak-vona-dopomoze-vasomu-biznesu>.
9. Дія. Освіта. Хто такий SMM-спеціаліст та де на нього вчитися. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/guides/who-is-an-smm-specialist>

10. Історія розвитку інформаційних технологій. URL: http://www.icfcst.kiev.ua/MUSEUM/Early_u.html.
11. Історія інформації та перспективи її використання для соціально-економічного прориву України. URL: <https://www.prostir.ua/?blogs=istoriya-informatsiji-ta-perspektyvy-jiji-vykorystannya-dlya-sotsialno-ekonomichnoho-proryvu-ukrajiny>.
12. IT-тур: система пошуку та бронювання турів. URL: <https://www.ittour.com.ua/>.
13. Катеринчук І., Овчар М. Інформаційна технологія оцінки кількості невизначеності та достатності інформації в системах підтримки прийняття рішень. Наука і техніка сьогодні 2022 9 (9).
14. КНЕУ. Методичні вказівки. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/1c41b024-c4d1-41fa-aa95-e87e30608c5c/content#page=83>.
15. Кравчук М. С. Інформаційні технології в туристичному бізнесі: роль та призначення. Географія та туризм 2012.
16. Кузьомко В., Бурангулова В. Можливості використання штучного інтелекту в діяльності сучасних підприємств. Економіка та суспільство 2021 32.
17. Кунцев С. В., Яценко В. В. Основи інформатики та обчислювальної техніки. 2011. URL: <https://vasylkiv-litsei.com.ua/media/library/book/1586873711.927161.pdf>
18. Кучеренко К. В. Розвиток інформаційних технологій та їх запровадження у діяльність підприємств туристичної сфери. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/rozvitok-informatsiynih-tehnologiy-ta-yihzaprovadzhennya-u-diyalnist-pidpriemstv-turistichnoyi-sferi>.
19. Литвиненко Я.В., Яциковська У.Б. Конспект лекцій «Інформаційні технології». Тернопіль: Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, 2015. 14-16

20. Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія. Харків: Вид-во НУЦЗУ 2017. 153 с.
21. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теоретичні та практичні аспекти. Вісник Запорізького національного університету 2010.
22. Могильна Л. М., Макарова В. В. Впровадження інформаційних технологій на вітчизняних підприємствах. 2023.
23. Перерва П., та ін. Ефективність інформаційних технологій в управлінні інтелектуальною власністю промислового підприємства. Вісник Національного технічного університету" Харківський політехнічний інститут"(економічні науки) 2021 1: 53-58.
24. Розвиток інформаційних технологій. URL: <https://www.miyklas.com.ua/p/informatika-nush/4-klas/komp-iuterni-pristroyi-dlia-zdiisnennia-dii-iz-informatciyeiu-384901/informatciini-tekhnologiyi-ta-komp-iuterni-sistemi-383460/re-df4383b9-7be7-42cd-b5ea-0da7385032a8>.
25. Саріашвілі Л. Використання інформаційних систем в управлінні підприємством. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/download/123456789/85239/1/Sariashvili_bac_rob.pdf;jsessionid=0CE4449B6057555E966F569E03C9A087.
26. Смоляр В.В. Вплив екотуризму на розвиток місцевих громад: зарубіжний досвід. Становлення та розвиток місцевого самоврядування в Україні : матеріали всеукр. наук.-практ. конф. (Хмельницький, 7 грудня 2023 р.). Хмельницький, 2023. С. 18—19.
27. Смоляр В.В. Вплив штучного інтелекту на комунікацію та обслуговування клієнтів у туристичному бізнесі. Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (Хмельницький, 22 квітня 2024 р.). Хмельницький, 2024. С. 118—119.
28. Теслик А. В., Орлик О. В. Інформаційні технології в туристичній діяльності. Інформатика та інформаційні технології 2015.
29. ФОП КОБИЛЯНСЬКА АННА ПЕТРІВНА. URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/fop_details/66236416/.

30. Юдкова К. В. Особливості визначення поняття “інформаційні технології”. Інформація і право 2015 1 (13): 63-67.
31. 5 Components of Information Systems. Britannica. URL: <https://www.britannica.com/story/5-components-of-information-systems>.
32. A Brief History of the Internet. URL: <https://www.internetsociety.org/internet/history-internet/brief-history-internet/>.
33. Avast. Avast PC. URL: <https://www.avast.ua/index#pc>.
34. Bazilik Media. Що таке маркетинг і навіщо він потрібен бізнесу. URL: <https://bazilik.media/shcho-take-marketynh-i-navishcho-vin-potriben-biznesu/>.
35. Cloudfront. Choosing the Right Learning Management System. URL: <https://online-journals.org/index.php/i-jet/article/view/5644>
36. eSputnik. Вартість email. URL: <https://esputnik.com/uk/vartist-email>
37. eSputnik. Послуги агентства. URL: <https://esputnik.com/uk/poslugu-agentstva>
38. FOSS. Програма для бухгалтерського обліку ФОП. URL: <https://erp.foss.ua/programa-dlya-bukhgalterskogo-obliku-fop/>.
39. Forbes. Внутрішній туризм: з початку війни понад 45% українців подорожували країною. URL: <https://forbes.ua/news/vnutrishniy-turizm-z-pochatku-viyni-ponad-45-ukraintsiv-podorozhuvali-krainoyu-08092023-15885>.
40. History of technology. Britannica. URL: <https://www.britannica.com/technology/history-of-technology>.
41. IFish. Ціни на SEO. URL: <https://ifish.com.ua/ua/tsiny-na-seo/>.
42. Information technology. Wikipedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Information_technology.
43. Laba. Клієнтський сервіс. URL: <https://laba.ua/lecture/klientskiy-servis>.
44. LinkedIn. LinkedIn. URL: <https://www.linkedin.com/feed/>.
45. MarketingOffice. Цільова аудиторія. Опис. URL: <https://www.shop.marketingoffice.in.ua/product-page/tsilova-audytoriia-opys>.

46. Moodle. Moodle. URL: <https://moodle.org/?lang=uk>.
47. Notion. Notion. URL: <https://www.notion.so/>.
48. Pipedrive. Pipedrive CRM. URL: <https://pipedrive.com/uk>.
49. ProductPlan. Information Technology. URL: <https://www.productplan.com/glossary/information-technology/>.
50. Projector. Sales Beginning. URL: <https://prjctr.com/course/sales-beginning>.
51. Savio.io. Value vs Effort Matrix. URL: <https://www.savio.io/product-roadmap/value-vs-effort-matrix/>.
52. Travel Agency System: 5 Things It Must Have. Lemax. URL: <https://www.google.com/url?q=https://www.lemax.net/blog/travel-agency-system-5-things-it-must-have/&sa=D&source=docs&ust=1716989924793515&usg=AOvVaw3BZJR7O0n-na1IG14VWb8K>.
53. Travel Portal Development. PROVAB. URL: <https://www.provab.com/travelportaldevelopment.html>.
54. Travelopro. Travel ERP. URL: <https://www.travelopro.com/travel-erp.php>.
55. Trello. Trello. URL: <https://trello.com/uk>.
56. Work.ua. SMM-менеджер у Хмельницькому. URL: <https://www.work.ua/jobs-khmelnyskyi-smm-%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%80/>.
57. Work.ua. Маркетолог у Хмельницькому. URL: <https://www.work.ua/jobs-khmelnyskyi-%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3/>.
58. World Economic Forum. Cyberattacks target industries revealed. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2023/06/cyberattacks-target-industries-revealed/>.

ДОДАТКИ

Додаток А

PEST-фактори	Можливості	Загрози
<p>Політичні та правові</p>	<p>Підписання договорів та угод, впровадження програм для розвитку та підтримки туризму в Україні</p> <p>Цифровізація бізнесу, створення програм від міністерства цифрової політики</p> <p>Закінчення війни, завдяки чому у більшості людей знову з'явиться потреба подорожувати</p> <p>Податкові пільги, зокрема, відміна ЄСВ</p> <p>Антикорупційні заходи</p>	<p>Політична нестабільність, повномасштабна війна, внутрішні політичні розбіжності.</p> <p>Зменшення туристичних потоків Україною в напрямку східних та південних регіонів, зокрема Одеси.</p> <p>Корупція, частина процесів досі потребує бюрократичної тяганини</p>

<p>Економічні</p>	<p>Пошук інвестицій чи партнерств</p> <p>Скорочення туристичних агенцій на ринку, що дає можливість стати більш конкурентоспроможним підприємством.</p> <p>Маркетингові компанії для реалізації продуктів</p> <p>Сприятлива податкова політика</p> <p>Навчання персоналу для ефективної роботи у стресових ситуаціях та для утримання відповідного рівня серед інших агенцій.</p> <p>Розвиток нішевих туристичних ринків, таких як туризм культурної спадщини, екотуризм та медичний туризм.</p> <p>Підготовка нових кваліфікованих кадрів</p>	<p>Підвищення оподаткування</p> <p>Зростання інфляції</p> <p>Знижена купівельна спроможність громадян</p> <p>Підвищення цін на транспортні послуги</p> <p>Коливання курсу валют, через що відбувається постійна зміна ціни на тур</p> <p>Пошкодження інфраструктури для подорожей Україною</p> <p>Міграція кваліфікованих працівників</p>
--------------------------	--	---

<p>Соціальні</p>	<p>Внутрішній туризм став одним з пріоритетних напрямів подорожей.</p> <p>Завдяки сильній міжнародній підтримці та проектам, є можливість обмінюватися досвідом та переймати нові та ефективні рішення.</p>	<p>Внаслідок повномасштабної війни, людям важче планувати, адже ситуація нестабільна і незрозуміло що може бути далі.</p> <p>Евакуація великої кількості населення, включаючи і постійних клієнтів, за кордон у пошуках безпечнішого місця.</p> <p>Морально подавлений стан населення, відкладення потреби подорожувати на “другий план”.</p> <p>Соціальна напруженість</p>
<p>Технологічні</p>	<p>Покращення автоматизації та діджиталізації підприємства</p> <p>Розвиток сайту та соціальних мереж</p> <p>Розробка на національному рівні рішень для автоматизації роботи туристичного бізнесу.</p> <p>Залучення провідних спеціалістів для кіберзахисту</p>	<p>Недостатня кількість знань про нові технології</p> <p>Швидкий ритм розвитку, завдяки чому багато власників підприємств не встигають за темпом змін</p> <p>Вимкнення світла</p> <p>Загрози кібербезпеки</p> <p>Великі витрати</p>

--	--	--

Таблиця А. PEST-аналіз зовнішнього середовища туристичної агенції “Дім подорожей”

Примітка. Складено автором.

Додаток Б

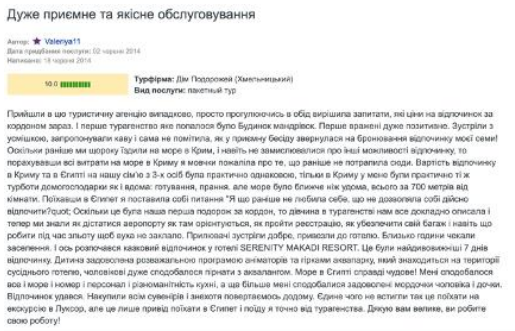


Рисунок Б1. Відгуки користувачів про агенцію “Дім подорожей”

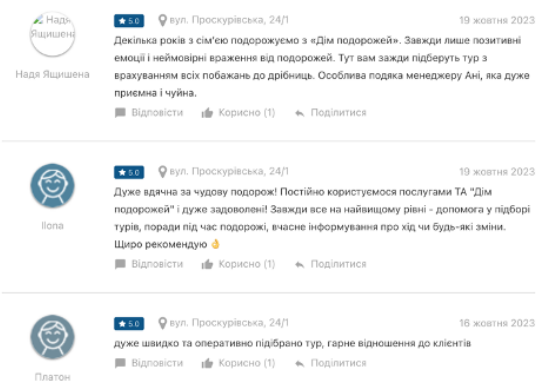


Рисунок Б2. Відгуки користувачів про агенцію “Дім подорожей”



Рисунок Б3. Відгуки користувачів про агенцію “Дім подорожей”

Додаток В

Сфера	Опис проблеми	Загроза
Програмне забезпечення	Відсутність ERP-системи	Неефективне управління ресурсами, затримки у виконанні завдань, підвищені витрати.
	Припинення використання CRM-системи	Погана взаємодія з клієнтами, низька лояльність, втрата потенційних продажів.
	Відсутність ПЗ для фінансового обліку	Фінансові помилки, неточності у звітності, ризик фінансових втрат.
	Відсутність ПЗ для організації задач	Зниження продуктивності, неефективне використання часу, затримки у виконанні проектів.
Мережа	Відсутність локальних мережевих з'єднань	Перебої в комунікації, низька швидкість передачі даних, проблеми з доступом до ресурсів.
	Неактивне використання мережевих можливостей	Втрата даних, несанкціонований доступ до конфіденційної інформації.
Кіберзахист	Відсутність антивірусних програм	Підвищений ризик зараження вірусами, втрати даних, збоїв у роботі систем.
	Відсутність безпеки мережі	Несанкціонований доступ до мережі, вразливість до кібератак, можливість витоку інформації.
	Відсутність MDM	Якщо пристрій викрадено, то працівник не зможе дізнатися локацію, дистанційно заблокувати чи стерти.

Інформація	Нестача знань серед працівників	Недостатнє використання ІТ-ресурсів, низька ефективність роботи, помилки в роботі з даними.
	Відсутність можливостей для отримання інформації	Неправильні рішення через недостатню інформацію, зниження продуктивності.
Дані	Немає резервного копіювання даних	Втрата даних у разі збою системи або кібератаки, зниження довіри клієнтів, додаткові витрати на відновлення інформації.
	Загроза конфіденційності даних клієнтів	Витік конфіденційної інформації, втрата довіри клієнтів, юридичні наслідки через порушення конфіденційності даних.
Маркетинг	Відсутність вебсайту	Зниження видимості компанії в інтернеті, втрата потенційних клієнтів, зменшення обсягів продажів.
	Недостатня присутність в мережі	Низька взаємодія з потенційними клієнтами, втрата можливостей для просування послуг, зниження конкурентоспроможності.
	Відсутність персоналізованого досвіду споживача	Зниження рівня задоволеності клієнтів, втрата лояльності клієнтів, зменшення обсягів повторних продажів.
Клієнтський досвід	Відсутність програми лояльності, персоналізованих акцій чи пропозицій	Втрата лояльних клієнтів, зниження доходів.

	Відсутність профілів клієнтів та недостатнє знання про них	Низька ефективність маркетингових кампаній, недостатня персоналізація послуг, втрата потенційних продажів.
Персонал	Нововведення сприймаються як додаткові обов'язки	Зниження якості обслуговування клієнтів, збільшення кількості помилок, зниження продуктивності.
	Складність в адаптації працівників до нових технологій	Затримка у впровадженні нових технологій, зниження ефективності роботи, додаткові витрати на навчання та підтримку.
	Відсутність системи Human Resources	Неефективне управління персоналом, труднощі з відстеженням продуктивності та розвитку працівників, збільшення плинності кадрів.

Таблиця В. Напрямки, які потребують удосконалень у туристичній агенції “Дім подорожей”

Примітка. Складено автором.

Виконала: студентка 4 курсу за спеціальністю 242 Туризм і рекреація денної форми навчання

_____ Вікторія СМОЛЯР

Науковий керівник:

в.о. старшого викладача кафедри публічного управління та адміністрування

_____ Ганна ДІЛЬ

Робота допущена до захисту:

завідувач кафедри публічного управління та адміністрування, д.держ.упр., професор

_____ Едуард ЩЕПАНСЬКИЙ