

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
MINISTRY FOR EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ZAPORIZHZHUYA NATIONAL UNIVERSITY

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ
FACULTY OF MANAGEMENT

КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА, МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА
ЛОГІСТИКИ
CHAIR OF ENTREPRENEURSHIP, MANAGEMENT OF ORGANIZATIONS
AND LOGISTICS

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
БАКАЛАВРА

на тему Організація автоматизованого робочого місця менеджера на
підприємстві туристичної сфери «Вітан тревел»

THESIS FOR THE BACHELOR'S DEGREE

Organization of the Automated Workplace of the Manager at the Tourism
Enterprise "Vitan Travel"

Виконав: здобувач ступеня вищої освіти бакалавра,
групи гр. 6.0739-гктс-з
спеціальності 073 Менеджмент
освітньої програми Менеджмент готельного, курортного та
туристичного сервісу
Сімрок А.О.
Керівник доц. каф. П,МОтаЛ, доц., к.е.н. В.О. Шишкін
Рецензент доц. каф. П,МОтаЛ, доц. к.е.н. Ю.І. Полусмяк

Запоріжжя
2024

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет менеджменту

Кафедра підприємництва, менеджменту організацій та логістики

Рівень вищої освіти бакалавр

Спеціальність 073 Менеджмент, освітня програма Менеджмент готельного, курортного та туристичного сервісу

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

« ____ » _____ 20__ року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Сімрок Анастасії Олександрівні

1. Тема роботи Організація автоматизованого робочого місця менеджера на підприємстві туристичної сфери «Вітан тревел»
керівник роботи Шишкін Віктор Олександрович, к.е.н., доцент,
затверджені наказом ЗНУ від « ____ » _____ 20__ року № ____
2. Строк подання здобувачем роботи « ____ » _____ 20__ р.
3. Вихідні дані до роботи документи фінансової та статистичної звітності досліджуваного підприємства за останні роки, наукові праці, спеціальна економічна література, матеріали періодичного друку в яких висвітлюються проблеми формування системи управління персоналом.
4. Перелік питань, які потрібно розробити:

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з основної частини і додаткової. Основна частина містить такі структурні елементи: вступ, сутність (3 розділи – теоретичний, аналітико-дослідницький, проектно-рекомендаційний), висновки та рекомендації, список використаних джерел.
1 Розділ – Теоретико-методичні засади організації автоматизованого робочого місця менеджера на підприємстві туристичної сфери – складається з 2 підрозділів: 1.1 Теоретичні аспекти сутності, принципи та інструменти організації автоматизованого робочого місця; 1.2 Аналіз популярних програмних продуктів для автоматизації робочого місця менеджера в туристичному бізнесі; 2 Розділ – Діагностика організації автоматизованого робочого місця менеджера на підприємстві туристичної сфери ТОВ «Вітан тревел» – складається з 3 підрозділів: 2.1 Сучасні тенденції попиту на ринку туристичних послуг України; 2.2 Аналіз господарської діяльності ТОВ «Вітан тревел»; 2.3 Діагностика організації автоматизованого робочого місця менеджера на підприємстві туристичної сфери ТОВ «Вітан тревел»; 3 Розділ –

Вдосконалення організації автоматизованого робочого місця менеджера на підприємстві туристичної сфери ТОВ «Вітан тревел» – складається з 1 підрозділу: 3.1 Пропозиції ІТ-новацій для вдосконалення автоматизованого робочого місця менеджера на підприємстві ТОВ «Вітан тревел».

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Шишкін В.О. доцент кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики факультету менеджменту ЗНУ	22.01.2024 р.	22.01.2024 р.
2	Шишкін В.О. доцент кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики факультету менеджменту ЗНУ	06.03.2024 р.	06.03.2024 р.
3	Шишкін В.О. доцент кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики факультету менеджменту ЗНУ	03.04.2024 р.	03.04.2024 р.

6. Дата видачі завдання 22.01.2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	січень	виконано
2	Вивчення літературних джерел	січень	виконано
3	Збирання матеріалу на підприємстві	лютий	виконано
4	Обробка матеріалу	лютий	виконано
5	Виконання розділу 1	лютий	виконано
6	Виконання розділу 2	березень	виконано
7	Виконання розділу 3	квітень	виконано
8	Формулювання висновків	травень	виконано
9	Оформлення роботи, одержання відгуку та рецензії	травень	виконано
10	Подання роботи на кафедру	травень	виконано

Здобувач вищої освіти _____ А.О. Сімрок
(підпис)

Керівник роботи _____ В.О. Шишкін
(підпис)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____
(підпис) (ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: Організація автоматизованого робочого місця менеджера на підприємстві туристичної сфери «Вітан тревел»: 61 сторінка, 7 таблиць, 9 рисунків. Перелік посилань нараховує 32 найменування.

Об'єктом дослідження є організація автоматизованого робочого місця менеджера на підприємстві туристичної сфери «Вітан тревел».

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних основ організації автоматизованого робочого місця менеджера на підприємстві туристичної сфери «Вітан тревел» та розробка практичних рекомендацій щодо його вдосконалення.

Методи дослідження – описовий, порівняльний, аналітичний, табличний, графічний, балансовий, метод статистичного аналізу, групування та узагальнення даних, експертних оцінок.

Автоматизація робочого місця менеджера є невід'ємною умовою успішного функціонування суб'єктів туристичної діяльності.

Під час виконання роботи було розглянуто теоретичні основи організації автоматизованого робочого місця менеджера на підприємстві туристичної сфери. На основі теоретичного матеріалу було проаналізовано діяльність підприємства «Вітан тревел», а також запропоновано заходи щодо вдосконалення організації автоматизованого робочого місця менеджера на підприємстві.

Отримані в кваліфікаційній роботі результати можуть бути використані керівництвом «Вітан тревел» в практичній діяльності і сприятимуть удосконаленню діяльності вітчизняних підприємств.

АВТОМАТИЗОВАНЕ РОБОЧЕ МІСЦЕ МЕНЕДЖЕРА,
ПРОДУКТИВНІСТЬ, ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА, ЕФЕКТИВНІСТЬ

ABSTRACT

Qualification work: Organization of the Automated Workplace of the Manager at the Tourism Enterprise "Vitan Travel": 61 pages, 7 tables, 9 figures. The list of links includes 32 names.

The object of the study is the organization of the automated workplace of the manager at the tourism enterprise "Vitan Travel".

The purpose of the qualification work is to study the theoretical foundations of the organization of the automated workplace of the manager at the tourism enterprise "Vitan Travel" and to develop practical recommendations for its improvement.

Research methods are descriptive, comparative, analytical, tabular, graphic, balance sheet, method of statistical analysis, grouping and generalization of data, expert assessments.

Automation of the manager's workplace is an integral condition for the successful functioning of tourism entities.

During the performance of the work, the theoretical foundations of the organization of the automated workplace of the manager at the enterprise in the tourism sector were considered. On the basis of theoretical material, the activity of the "Vitan Travel" enterprise was analyzed, and measures were proposed to improve the organization of the automated workplace of the manager at the enterprise.

The results obtained in the qualification work can be used by the management of "Vitan Travel" in practical activities and will contribute to the improvement of the activities of domestic enterprises.

AUTOMATED MANAGER WORKPLACE, PRODUCTIVITY,
BUSINESS ACTIVITY, EFFICIENCY

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ,
СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

ТОВ – товариство з обмеженою відповідальністю;

LLC – Limited Liability Company – товариство з обмеженою відповідальністю;

ІС – інформаційні системи;

BCG – Boston Consulting Group – Бостонська консультативна група;

АРМ – автоматизоване робоче місце;

КСБ – комп'ютерна система бронювання;

МВО – Management by Objectives – управління за цілями;

SMART – мнемонічна аббревіатура, що використовується для постановки задач (Specific, Measurable, Attainable, Relevant, Time-bound);

KPI – Key Performance Indicators – ключові показники ефективності;

ІСУ – інформаційні системи управління;

CRM – Customer Relationship Management – Управління взаємовідносинами з клієнтами.

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ АВТОМАТИЗОВАНОГО РОБОЧОГО МІСЦЯ МЕНЕДЖЕРА НА ПІДПРИЄМСТВІ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ	10
1.1 Теоретичні аспекти сутності, принципи та інструменти організації автоматизованого робочого місця.....	10
1.2 Аналіз популярних програмних продуктів для автоматизації робочого місця менеджера в туристичному бізнесі	16
РОЗДІЛ 2 ДІАГНОСТИКА ОРГАНІЗАЦІЇ АВТОМАТИЗОВАНОГО РОБОЧОГО МІСЦЯ МЕНЕДЖЕРА НА ПІДПРИЄМСТВІ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ «ВІТАН ТРЕВЕЛ».....	26
2.1 Сучасні тенденції попиту на ринку туристичних послуг України... 26	
2.2 Аналіз господарської діяльності ТОВ «Вітан тревел».....	32
2.3 Діагностика організації автоматизованого робочого місця менеджера на підприємстві туристичної сфери ТОВ «Вітан тревел».....	39
РОЗДІЛ 3 ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ АВТОМАТИЗОВАНОГО РОБОЧОГО МІСЦЯ МЕНЕДЖЕРА НА ПІДПРИЄМСТВІ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ «ВІТА ТРЕВЕЛ».....	43
3.1 Пропозиції ІТ-новацій для вдосконалення автоматизованого робочого місця менеджера на підприємстві ТОВ «Вітан тревел».....	43
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	58

ВСТУП

В сучасних умовах значного збільшення обсягів інформації ці функції можуть бути реалізовані лише за допомогою комп'ютерної техніки та наявності програмного забезпечення.

Фахівці, які здійснюють управлінську діяльність, менеджери – це професійно підготовлені кадри з управління. Їх робота полягає в розробці (аналізі та узагальненні) інформації, постановці завдань, прийнятті рішень, організації їх виконання, координації, мотивації та контролі. Головною метою сучасного менеджменту є вміння приймати ефективні рішення.

Тому сьогодні зростає роль організації, автоматизації та комп'ютеризації праці менеджерів у всіх сферах діяльності.

Крім того, постійно з'являються нові інформаційні технології, які також впливають на бізнес-операції організації. Все це вимагає від спеціалістів належного рівня знань і навичок.

Спеціалізованому персоналу потрібен практичний набір інструментів, який дозволить йому бути професійно активним у певній сфері, що визначається використовуваними технологіями та розподілом завдань між співробітниками.

Створення АРМ на посаді спеціаліста підвищує ефективність виконання його функцій, дозволяє використовувати нові методи управління, використовувати єдину та достовірну інформацію в управлінні всіма зв'язками, підвищує ефективність роботи та загальний рівень культури управління та ін.

Робоче місце - це місце, де працівник виконує свою роботу. Автоматизація робочого місця вимагає наявності технічних ресурсів і програмного забезпечення.

Об'єктом дослідження є організація автоматизованого робочого місця менеджера на підприємстві туристичної сфери «Вітан тревел».

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних основ

організації автоматизованого робочого місця менеджера на підприємстві туристичної сфери «Вітан тревел» та розробка практичних рекомендацій щодо його вдосконалення.

Для досягнення поставленої мети вирішувалися наступні основні наукові завдання:

- 1) ознайомитись з теоретичними аспектами сутності, принципи та інструменти організації автоматизованого робочого місця;
- 2) зробити аналіз популярних програмних продуктів для автоматизації робочого місця менеджера в туристичному бізнесі;
- 3) виявити сучасні тенденції попиту на ринку туристичних послуг України;
- 4) проаналізувати господарську діяльність ТОВ «Вітан тревел»;
- 5) провести діагностику організації автоматизованого робочого місця менеджера на підприємстві туристичної сфери ТОВ «Вітан тревел» та розробити пропозиції щодо її вдосконалення.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків і рекомендацій, переліку посилань.

Загальний обсяг роботи – 61 сторінка, перелік посилань включає 32 джерела.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ АВТОМАТИЗОВАНОГО РОБОЧОГО МІСЦЯ МЕНЕДЖЕРА НА ПІДПРИЄМСТВІ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

1.1 Теоретичні аспекти сутності, принципи та інструменти організації автоматизованого робочого місця

Розвиток бізнесу безперечно пов'язаний з ефективним управлінням організацією. Управління – це процес планування, організації, мотивації та контролю, необхідний для формулювання та досягнення цілей організації. Основну роль у процесі управління відіграє інформація та методи її обробки. В сучасних умовах значного збільшення обсягів інформації ці функції можуть бути реалізовані лише за допомогою комп'ютерної техніки та наявності програмного забезпечення.

Фахівці, які здійснюють управлінську діяльність, менеджери – це професійно підготовлені кадри з управління. Їх робота полягає в розробці (аналізі та узагальненні) інформації, постановці завдань, прийнятті рішень, організації їх виконання, координації, мотивації та контролі. Головною метою сучасного менеджменту є вміння приймати ефективні рішення.

Тому сьогодні зростає роль організації, автоматизації та комп'ютеризації праці менеджерів у всіх сферах діяльності. Крім того, постійно з'являються нові інформаційні технології, які також впливають на бізнес-операції організації. Все це вимагає від спеціалістів належного рівня знань і навичок. Спеціалізованому персоналу потрібен практичний набір інструментів, який дозволить йому бути професійно активним у певній сфері, що визначається використовуваними технологіями та розподілом завдань між співробітниками. Спрямованість і реалізація функцій управління вимагають докорінної зміни як

самої технології управління, так і технічних засобів обробки інформації, серед яких основне місце посідають персональні комп'ютери.

Тенденція посилення децентралізації управління призводить до розподіленої обробки інформації при децентралізації використання ІТ-обладнання та безпосередньому покращенні роботи користувачів. На практиці це передбачає створення автоматизованих робочих місць, які враховують специфіку роботи та спеціалізацію менеджера. Створення автоматизованих робочих місць передбачає, що основні операції збору, зберігання та обробки інформації базуються на комп'ютерній техніці та технологіях, а фахівець виконує операції, які потребують творчого підходу до підготовчої роботи чи прийняття управлінських рішень.

Створення АРМ на посаді спеціаліста підвищує ефективність виконання його функцій, дозволяє використовувати нові методи управління, використовувати єдину та достовірну інформацію в управлінні всіма зв'язками, підвищує ефективність роботи та загальний рівень культури управління та ін.

Робоче місце - це місце, де працівник виконує свою роботу. Автоматизація робочого місця вимагає наявності технічних ресурсів і програмного забезпечення.

Отже, автоматизоване робоче місце - це програмно-технічний комплекс, який призначений для автоматизації професійної діяльності працівника. Як правило, фахівець АРМ зосереджується на співробітнику, який має професійну підготовку з використання комп'ютерного обладнання та досвід у певній функціональній сфері. Основною складовою АРМ є програмне забезпечення для вирішення конкретних завдань спеціаліста.

При цьому його основні характеристики для АРМ залишаються незмінними майже у всіх напрямках ці особливості включають:

- 1) збирати, накопичувати та зберігати інформацію;
- 2) обробку даних;

- 3) отримувати результати обробки та додатки у вигляді файлів і документів;
- 4) пошук інформації;
- 5) можливість контролю на всіх етапах роботи.

Слід зазначити, що АРМ не завжди має можливості обробки даних. Все залежить від організації використовуваної обчислювальної техніки. Якщо АРМ є елементом корпоративної мережі, побудованої за технологією клієнт-сервер, то основна обробка даних відбувається на сервері.

АРМ відіграють різні ролі у великих і малих організаціях.

У першому випадку вони являють собою елемент інформаційної системи організації. Водночас вони можуть використовувати загальну (корпоративну) інформаційну систему або різні ІТ-системи, але кожна з них працює або має спільну інформаційну базу на основі системи класифікації та кодування, заходи для забезпечення відповідності та інтеграції персональної інформації.

У другому випадку АРМ — це інформаційне середовище, яке може бути не дуже тісно пов'язане, якщо взагалі пов'язане, з автоматизованими робочими станціями інших співробітників. При цьому окремі комп'ютери можуть бути підключені до локальної мережі або працювати автономно. У сучасних умовах останній варіант практично не використовується, оскільки тільки мережевий варіант дозволяє обмінюватися інформацією.

АРМ класифікують за такими ознаками [9]:

- 1) тип користувача;
- 2) характер розв'язуваних з його допомогою завдань;
- 3) форма організації роботи користувачів;
- 4) функціональна спрямованість;
- 5) рівень розвитку тощо.

Крім того, можлива така класифікація АРМ в організаціях:

- 1) виконавчий АРМ – виконує функції прийняття рішень і звертається до управлінського персоналу всіх рівнів;

2) фахівці АРМ структурних підрозділів (відділів або секторів сфери діяльності) - допомагають фахівцям певної сфери діяльності у вирішенні функціональних завдань;

3) системи оперативного управління - призначені для збору первинних даних безпосередньо на АРМ диспетчерів, тощо;

4) АРМ для технічних працівників - призначений для ведення документації та призначений для секретарів, викладачів тощо;

5) АРМ дослідник - призначені для працівників, діяльність яких пов'язана з розробкою нових видів продукції, проектуванням нових технологій тощо. Використовуються для створення сприятливих умов для виконання конкретних науково-дослідних робіт працівниками служб головного технолога, головний конструктор.

Впровадження АРМ забезпечує:

- 1) Простоту, зручність і адаптований підхід;
- 2) легке налаштування конкретних функцій користувача;
- 3) компактне розташування і низькі вимоги до умов праці;
- 4) висока надійність і живучість;
- 5) відносно проста організація технічного обслуговування.

Методичні принципи побудови АРМ [6, 20]:

1) Головний принцип – системний підхід. Його суть полягає в тому, що АРМ розглядається як система, в якій усі її елементи та процеси функціонування взаємопов'язані з урахуванням як внутрішніх, так і зовнішніх факторів. При системному підході об'єкт розглядається як ціле, а не як сукупність його складових. Конкретні властивості об'єкта можна оцінити лише з точки зору всієї системи. Це означає, що в першу чергу повинні бути встановлені цілі та критерії системи, а потім система має бути структурована таким чином, щоб визначити набір технічних, економічних та організаційних проблем, вирішення яких необхідно для розроблені системи для задоволення визначених цілей і критеріїв. Без комплексного та наскрізного вирішення цих проблем вплив впровадження АРМ буде значно зменшено. Принцип

системного підходу має не тільки принципове значення при створенні АРМ, але й суттєво впливає на інші принципи та визначає їх успішну реалізацію.

2) Безперервність розвитку АРМ вимагає постійного вдосконалення всіх видів її забезпечення (технічного, програмного, інформаційного та ін.). Дійсно, у міру зростання організації з'являються нові завдання управління, а старі вдосконалюються та модифікуються. Тому АРМ повинні швидко реагувати на ці зміни. Для цього необхідно забезпечити можливість заміни застарілих комп'ютерів новими, більш продуктивними, удосконалення інформаційного, математичного та програмного забезпечення, а також удосконалення технологічного процесу обробки інформації.

3) На принцип безперервного розвитку впливає принцип гнучкості, що визначає адаптивність системи до можливих перебудов, що забезпечує модульність структури всіх підсистем і стандартизованість їх зв'язків.

4) Принцип стійкості заснований на тому, що АРМ виконує свої основні функції незалежно від впливу внутрішніх і зовнішніх збурюючих факторів. Це означає, що проблеми в певних частинах системи можна легко вирішити шляхом швидкого відновлення системи. Стійкість до впливу зовнішніх збурень (поломки інфраструктури, зміна завдань, дефіцит ресурсів) забезпечується функціональною та структурною надмірністю технічних засобів.

5) Ефективність АРМ слід розглядати як інтегральний показник ступеня реалізації наведених вище принципів, що зумовлено витратами на його створення та функціонування. Водночас слід зазначити, що реалізація цих принципів, з одного боку, потребує збільшення витрат на створення АРМ, а з іншого – значно скорочує витрати на його функціонування.

6) Надійність - у непередбачених або надзвичайних ситуаціях система не повинна постійно виходити з ладу та давати неправильні результати. Забезпечення надійності системи досягається використанням колективних АРМ.

7) Еволюція – це можливість подальшого розвитку та модифікації системи та її різних частин шляхом розширення та модифікації програмного забезпечення, ІТ та технічних засобів.

8) Адаптивність – здатність АРМ адаптуватися до частково зміненого внутрішнього чинника керованого об'єкта. Цей принцип забезпечує довговічність системи.

Автоматизація організаційного менеджменту має лише одну мету: керівник повинен у потрібний час прийняти правильне організаційне рішення, яке реалізується та контролюється, і на основі якого приймаються подальші рішення. Важливими факторами, що впливають на прийняття рішення, є:

- 1) збирання та проведення аналізу достовірності інформації;
- 2) підготовка альтернативних варіантів подальшого розвитку подій;
- 3) безпосереднє прийняття рішень;
- 4) організація виконання рішення;
- 5) моніторинг виконання;
- 6) аналіз отриманого результату;
- 7) адаптація.

Створені фахівцями АРМ дозволяють користувачеві працювати в режимі діалогу, швидко вирішувати поточні завдання, легко вводити дані, контролювати, обробляти інформацію, визначати достовірність отриманої інформації, створювати її та передавати по каналах зв'язку.

Основна мета АРМ – оснащення менеджерів обладнанням і технологіями. Мова йде про автоматизоване діалогове виконання основних функцій управління, взаємодію діалогової інформації від користувачів і оперативний доступ до даних, зібраних в центральній базі ІС або в базі АРМ.

Організація АРМ змінює технологію та методологію реалізації функцій управління. З'явилися нові технологічні операції для діалогу на екрані, використання нових форм представлення даних у вигляді електронних папок і таблиць, схем і рисунків, а також представлення даних у кількох вікнах.

Засоби АРМ дозволяють автоматизувати розв'язання задач, забезпечуючи інформаційну підтримку складних формалізованих задач, результати яких використовуються для прийняття рішень.

Маючи професійні знання та практичні навички, користувач може вибрати спосіб вирішення задач, маніпулювати даними для розрахунків, аналізувати їх результати та приймати управлінські рішення, відповідні конкретній ситуації.

1.2 Аналіз популярних програмних продуктів для автоматизації робочого місця менеджера в туристичному бізнесі

Туристична діяльність - це робота, насичена інформацією. Сьогодні існує багато автоматизованих програмних систем для туристичних агентств. Ці програмні продукти мають багато важливих елементів, покликаних забезпечити зручність, високу точність і безпеку роботи туристичних компаній (турфірм і туроператорів). Більшість програм автоматизованих систем мають схожу структуру, але й відрізняються. Вибір готової системи для конкретного бізнесу в туристичній сфері завжди є складним завданням.

Проблемою автоматизації туристичної сфери займаються багато вчених, серед яких: Є. Дмитрова, Е. Блинська, Г. Гудименко, Н. Єгошина, Є. Казанов, І. Зуйкова, М. Лемус, Д. Нардін, О. Потапенко, М. Спірякін, С. Тичков, В. Фоміна, Л. Родигін, Р. Чумаченко та ін. У роботах зазначених вище авторів пояснюється теоретико-методологічні основи та аналізується програмне забезпечення, призначене для індустрії туризму та гостинності.

У 21 столітті туризм став однією з найбільш розвинених галузей економіки. Більшу частину туристичної діяльності складають туристичні агентства та туроператори, які організують туристичні поїздки. Ці туристичні поїздки включають проживання та харчування для людей, які

придбали квиток або тур. У туристичному секторі пропозиція ваучерів і туристичних турів не є основною діяльністю, але вона також співпрацює з компаніями для реєстрації переміщень туристів і оренди транспортних засобів, якщо це необхідно.

Туристичні послуги зазвичай купуються заздалегідь і далеко від місця споживання. Тому ринковий туризм майже повністю покладається на зображення, описи, ЗМІ та інформацію. Сучасний рівень розвитку індустрії туризму та висока конкуренція в цій сфері надають особливого значення ІТ-системам туристичних компаній.

Функціональні можливості цих систем спрямовані на те, щоб забезпечити збір, обробку та зберігання інформації про маршрути, готелі, клієнтів, статуси заявок і дозволити видачу інформації у вигляді різноманітних документів: опитувань, ваучерів, списків туристів, описів турів, готелі, розрахунок вартості проїзду з урахуванням курсу валют, знижки, контроль оплат за поїздки, підготовка фінансових звітів, експорт та імпорт даних в інші програми (Word, Excel, бухгалтерські програми) та інші можливості. Ці системи не тільки прискорюють процес розрахунку та формування документів, але й можуть знизити вартість послуг.

Туроператори очікують якісного, практичного і, насамперед, безпечного продукту, адже клієнтська база є головною зброєю ринку. Як правило, всі побажання менеджерів можна згрупувати в кілька завдань:

- допомога в підготовці пропозицій та розрахунку їх кінцевої вартості;
- створення унікальної бази даних про партнерів і людей
- клієнти, реклама, розміщена компанією в засобах масової інформації, зроблені запити та відповідні платежі, пропозиції та їх деталі (готелі, рейси, вид послуг), курси валют;
- розгалужена аналітична система, яка дозволяє менеджеру легко використовувати загальну картину поточного попиту на пропозиції та фінансового стану компанії для моніторингу ефективності рекламного продукту;

- скорочення термінів подачі заявок і спрощення процесу завдяки автоматичному розділенню набору необхідних документів: договір, рахунок-фактура, докази, листи бронювання, квитанції та звіти про витрати;

- взаємозв'язок обраної системи автоматизації з іншими рішеннями, що використовуються на ринку туристичних послуг: пошуковими системами, бухгалтерськими програмами [9].

Основним фактором ефективної роботи туроператорів є кількість і якість турів. Ви можете впливати на продажі, покращувати їх якість і максимально підвищувати ефективність роботи завдяки застосуванню комп'ютерної системи бронювання - КСБ, автоматизованій системі, що містить інформацію про тури, авіарейси, кількість пасажирів і ціни на супутні послуги. На даний момент 98% європейських туристичних агентств використовують КСБ, а 90% туристичних агентств пропонують онлайн-бронювання подорожей [12].

На даний момент найпопулярнішими послугами КСБ є: бронювання авіаквитків (лідер), бронювання готелів, бронювання (оренда) автомобіля та бронювання турів. Впровадження КСБ суттєво скорочує час обслуговування клієнтів, гарантує онлайн-бронювання, знижує витрати на обслуговування (суттєво скорочує кількість працівників у компанії) та оптимізує проектування туристичних маршрутів.

Перші КСБ були створені окремими авіакомпаніями та призначені виключно для обслуговування потреб їхніх власних туристичних агентств. Згодом такий підхід призвів до того, що в туристичних агентствах було встановлено кілька терміналів КСБ від різних авіакомпаній, і авіакомпаніям довелося витрачати все більше грошей на технологічний розвиток КСБ. Логічним рішенням у цій ситуації стало об'єднання зусиль авіакомпаній для розвитку та просування КСБ на ринку. Результатом цієї інтеграції стало створення так званих глобальних систем бронювання – GDS (Global Distribution System).

Найпопулярнішими КСБ на міжнародному ринку є Amadeus, Galileo, Sabre і WorldSpan. Також мають представництва в Україні.

Провідний постачальник передових інформаційних рішень, технологій, бронювання, авіап перевезення та електронна комерція для українського туризму – це Amadeus. Авіакомпанія Amadeus була заснована в 1987 році. Найпопулярнішою послугою в Інтернеті є продаж квитків. Це одна з найпопулярніших систем бронювання. Його послугами користуються більше 80% туристичних агентств по всьому світу. Система включає такі модулі, як: авіаційний модуль (AmadeosArea), модуль оренди та бронювання автомобілів (AmadeosCar), бронювання готелів (AmadeosHotel) і бронювання квитків на спортивні та культурні заходи (AmadeosTickets).

Система Amadeus працює з авіакомпаніями в режимі «Наявність останнього місця». Всі транзакції здійснюються в режимі реального часу. Система Amadeus Fare Quote гарантує, що будь-який тариф можна буде знайти та котирувати в будь-якій точці світу. Цю систему бронювання часто неправильно називають «Start Amadeus». Однак система бронювання подорожей «Start» є партнером Amadeus, і кожен користувач Amadeus також є користувачем «Start». Бронювання авіаквитків, готелів і оренди автомобілів здійснюється через Amadeus, а всі інші послуги – через «Start».

Позиції Amadeus на ринку зміцнилися завдяки зміні цінової політики: вартість послуг з використанням комп'ютерної системи бронювання знизилася, агентствам пропонуються більш гнучкі умови підключення. Основним правилом при визначенні вартості комплексу послуг є пошук найбільш ефективного (з технічної та фінансової точки зору) способу підключення. Для кожного варіанту роботи з системою вказується рівень продуктивності, починаючи з якого агентство може користуватися системою безкоштовно. І цей рівень доступний і невеликій туристичній фірмі.

Позитивні сторони системи Amadeus:

- мережа Amadeus постійно вдосконалює свою тактику на ринку інформаційних технологій.

- агентства Amadeus знижують ціни для своїх користувачів, щоб залучити малі туристичні агентства та зробити систему доступною для невеликих агентств, які тільки починають свою діяльність.

Негативних моментів при роботі немає.

Система Galileo є однією з найбільших КСБ у світі. Заснована авіакомпанією в 1987 році. Поширюється в 100 країнах світу, надає туристам інформацію про туристичні продукти та послуги, допомагає автоматизувати процес бронювання квитків і замовлення додаткових послуг.

Позитивні сторони Galileo включають те, що система є дуже гнучким і ефективним інструментом, який дозволяє користувачам:

- довіряти міжнародній туристично-інформаційній мережі;
- бронювати різні послуги, налагоджувати зв'язок між агентствами;
- відкривати філії, організовувати альянси;
- тим самим економлячи робочий час і гроші.

Авіакомпанії, які підписали угоди з Galileo, доступні на найвищому рівні в режимі «Прямий прохід» - прямий доступ до їхніх інформаційних баз можна отримати з терміналу, встановленого на території компанії. Таким чином Galileo об'єднує кілька систем в одну інфраструктуру. Ще одна особливість Galileo полягає в тому, що його програми добре працюють на звичайних ПК і не потребують спеціального обладнання. Galileo пропонує агентствам більше, ніж просто високоякісний продукт.

Завдяки простоті і наочності програму Travel Point можна встановити на комп'ютер корпоративного клієнта або, наприклад, частого мандрівника. Користуючись цими перевагами, туристичне агентство може заощадити час, усунувши телефонні дзвінки, переговори, обмін довідками тощо. Користувач, у свою чергу, може підключитися безпосередньо до центрального комп'ютера Galileo через мережу «SITA», шукати бажані варіанти і зробити резервування. Він отримує квиток від продавця, який встановив програму. Для співробітників агентств, підключених до системи Galileo, проводиться безкоштовне навчання, а також розроблена комп'ютерна програма для

самонавчання, за допомогою якої недосвідчені агенти можуть швидко ознайомитися з основними принципами роботи системи. Інтегрована система самонавчання дозволяє кожному співробітнику агентства пройти навчання незалежно від своїх колег. При цьому є можливість брати участь у групових заняттях у спеціальних класах. Більш досвідчені користувачі можуть працювати з поточною системою авіакомпанії, якщо вона адаптується до індивідуальних потреб користувача.

Недоліки: мережа Galileo постійно змінює свої технічні засоби, але програмне забезпечення, адаптоване до потреб ринку турпродукту, залишається примітивним.

Sabre була заснована авіакомпанією в 1964 році, працює в 45 країнах світу. Система надає доступ до широкого спектру туристичних послуг, продає туристичні продукти, розповсюджує та розробляє технологічні рішення для сфери туризму.

До позитивних рис системи Sabre можна віднести те, що вона пропонує:

- Інформацію про надання послуг перекладу, багатомовних гідів, оренду автомобілів, бронювання готелів, організацію подорожей, відвідування культурних заходів, прогнози погоди, курси валют тощо;

- спрощений пошук найнижчих цін на переліт (за запитом на основі критеріїв);

- перегляд географічних карт, відео та фотографій місць відпочинку, готелів і пам'яток на основі приблизно 150 критеріїв, щоб вибрати правильне житло для гостя.

WorldSpan була заснована авіакомпанією в 1993 році. Сьогодні вона активно просуває туристичні інтернет-технології. Клієнт може, наприклад, вибрати рейс і готель і самостійно організувати повну поїздку. Мережа Sabre налічує понад 114 000 туристичних агентств в понад 27 000 регіонах світу [11]. Займається бронюванням квитків на літаки та поїзди, номерів у готелях тощо. Наразі користувачам пропонується декілька варіантів підключення до системи: Planet Sabre, Turbo Sabre, Sabre Net Platform.

Planet Sabre пропонує користувачам простий, інтуїтивно зрозумілий графічний інтерфейс користувача та інтегровані в Інтернет шаблони екранних форм.

Turbo Sabre дозволяє агентствам створювати власне зручне середовище та підтримує багато додаткових функцій: конфіденційне ціноутворення, спеціальну базу даних, електронну пошту, веб-спілкування.

Net Platform – це система онлайн-бронювання, орієнтована на малі та середні агентства. Сьогодні існують комплекси захисту інформації та програми електронної пошти. Sabre Evision дозволяє в розмовному режимі отримувати барвисті зображення і точні географічні карти місць, які відвідують туристи. Цю програму можна інтегрувати в програмне забезпечення будь-якої робочого комп'ютера, якщо він підключен до мережі Sabre.

Незважаючи на численні переваги системи Amadeus, використання інших систем в Україні дає наступні позитивні ефекти:

- використання Sabre в українському туристичному бізнесі дозволяє запровадити систему доступу до широкого спектру туристичних послуг, продажу туристичних продуктів, дистрибуції та розробки технологічних рішень для українського туристичного сектору;

- Worldspan не зобов'язує дотримуватися чітко визначених розмірів бронювання, оскільки це досить демократична система;

- Galileo надає туристичним агентствам версію системи бронювання для Windows, що дозволяє агентствам повністю автоматизувати роботу з обслуговування клієнтів.

Використання сучасних інформаційних технологій підвищує безпеку та якість туристичних послуг. В даний час в туризмі використовуються глобальні дистрибутивні системи (Global Distribution System), які дозволяють швидко і зручно бронювати залізничні квитки, бронювати номери в готелях, орендувати автомобілі, обмінювати валюти, замовляти квитки на спортивні та культурні заходи і т.д.

Найбільш глобальними розподільчими системами на ринку туристичних послуг є AMADEUS, Worldspan, Galileo, Sabre (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 - Глобальні розподільчі системи

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

Зараз існує багато способів входу в Amadeus. Перша — це телефонна версія Dial Up, для якої потрібне обладнання, окрім комп'ютера та модему, і призначена для невеликих агентств. Агентства середнього розміру більше задовольнить стандартна версія, яка, крім програмного забезпечення, включає спеціальні комп'ютери та принтери для друку квитків та програмне забезпечення. У випадку великих агентств з власною локальною комп'ютерною мережею встановлюється система клієнт-сервер. Агентства підключаються до центрального сервера Amadeus через шлюз, локальний веб-сервер.

Завдяки цьому кожен термінал агентства має доступ до системи бронювання. Крім того, плата за підключення Amadeus для кожної додаткової робочого місця є дуже низькою.

Worldspan вважається найбільш динамічною та масштабованою ІТ-системою бронювання у світі.

Galileo є однією з найбільш технологічно передових систем бронювання. Galileo був одним із перших, хто запропонував агентствам версію системи бронювання для Windows.

Premier дозволяє агентствам повністю автоматизувати роботу з обслуговування клієнтів. Наприклад, керуйте базами даних клієнтів, створюйте власні маски та меню та реєструє запити, які найчастіше повторюються.

Вищевказані системи дозволяють резервувати всі важливі елементи туристичної інфраструктури, таким чином створюючи загальну інформаційну систему, яка забезпечує розподільні мережі для всієї туристичної галузі.

Для оцінки вищевказаних систем були обрані такі важливі критерії: архітектура, повнота функціональності, надійність програмного забезпечення, зручність використання інтерфейсу, простота вивчення програми та вартість. Шкала оцінювання важливості кожного критерію: від 1 до 10 балів. За цією шкалою троє експертів (програміст, системний адміністратор і туроператор) оцінювали важливість кожного критерію. Результати оцінки програм з точки зору їх впровадження на підприємстві представлені в таблиці. 1.2.

Таблиця 1.2 - Оцінювання програмних продуктів за критеріями

Критерії/система	Amadeus	Galileo
Архітектура	10	10
Повність функціоналу	10	7
Надійність	10	10
Зручність інтерфейсу	9	8
Легкість в освоєнні	7	8
Вартість (ціна)	1	5
Всього:	47	48

За результатами оцінки можна підібрати програму, яка відповідає всім критеріям туристичних агентств і туроператорів. У нашому випадку таким продуктом є Galileo, різниця в 1 бал, за рахунок такого показника, як «Ціна».

На основі проведених досліджень можна виділити наступні переваги онлайн-впровадження системи Galileo (для клієнтів):

- миттєве підтвердження бронювання;
- швидкий продаж квитків;
- можливість отримати повну інформацію про своє бронювання;
- можливість отримувати повідомлення про зміну статусу заявки.

Отже, до переваг впровадження системи Galileo online (для туроператора) можна віднести: зниження витрат (за рахунок звільнення менеджера від тягаря введення заявок у систему); скоротити час листування з клієнтом; збільшення продажів (звільнення менеджера від індивідуальних відвідувань); аналітика (отримання інформації про поточні продажі в будь-який час); підвищення якості обслуговування клієнтів (швидша обробка заявок, наявність додаткових послуг). Отримані результати можуть бути використані для вибору програмного забезпечення, яке можна використовувати в практиці управління туристичним бізнесом.

На основі вищесказаного можна зробити наступні висновки. Вплив інформаційних технологій на розвиток усіх сфер діяльності досить значний. Це повною мірою відноситься і до туристичної галузі. Враховуючи специфіку туристичної сфери, до рішення на користь КСБ потрібно поставитися дуже серйозно. Водночас слід зазначити, що процес широкого розповсюдження КСБ в Україні стримує низка проблем: недостатні фінансові ресурси для оплати підключення до КСБ та встановлення необхідного програмного забезпечення; недостатній рівень підготовки менеджерів з інформаційних технологій та низька інформаційна грамотність; неінформування турагентів про необхідність впровадження глобальних ІТ-систем бронювання; комп'ютерні загрози, пов'язані з інтенсивним використанням Інтернет-технологій; відсутність єдиних стандартів використання Інтернету та інших інформаційних технологій.

РОЗДІЛ 2

ДІАГНОСТИКА ОРГАНІЗАЦІЇ АВТОМАТИЗОВАНОГО РОБОЧОГО МІСЦЯ МЕНЕДЖЕРА НА ПІДПРИЄМСТВІ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ «ВІТАН ТРЕВЕЛ»

2.1 Сучасні тенденції попиту на ринку туристичних послуг України

Під попитом на ринку туристичних послуг розуміють готовність окремих осіб або груп купувати різні туристичні, туристичні та готельні послуги. На цей попит впливають різні чинники, і розуміння цих факторів є важливим для підприємств і напрямків у туристичному секторі. Слід зазначити, що внаслідок активного впливу процесів глобалізації на міжнародний ринок туристичних послуг відповідні зміни відбуваються на всіх вітчизняних туристичних ринках. Зокрема, з 2020 року представники компаній туристичної та готельної сфери вперше в історії зазнали негативного впливу на розвиток галузі через глобальну пандемію (COVID-2019), що призвело до впровадження обмеження пересування громадян на національному рівні як усередині країн, так і між ними. Наслідком запровадження таких дій стало зниження рівня мобільності громадян, а показник «прибуття іноземних туристів» на початок 2023 року зріс лише на 80% порівняно з 2019 роком. Лише туристичні ринки країн Близького Сходу зафіксували зростання на 15% у 2023 році порівняно з 2019 роком (рис. 2.1).

Тому в 2020-2023 роках основним фактором впливу на ринок міжнародних туристичних послуг стала пандемія COVID-2019, яка призвела до зниження попиту на туристичні продукти в усіх країнах світу. Проте для вітчизняного ринку туристичних послуг 2022 рік став найгіршим після значного поживлення у 2021 році внаслідок військової агресії РФ, яка призвела до окупації та знищення значної частини території України та значної кількості логістичної, туристичної та рекреаційної інфраструктури.

Проте показники окремих регіонів України щодо активізації надання туристичних, готельних та громадських послуг у 2023 році свідчать про позитивну динаміку та поступове покращення ринкової ситуації у зв'язку з існуючими обмеженнями на виїзд громадян за кордон та наявністю значно] затримкв попиту на туристичний продукт.

У зв'язку з впливом чинників внутрішнього та зовнішнього середовища на міжнародний та внутрішній простір роль туристичної галузі в Україні у 2020-2023 роках суттєво змінилася.

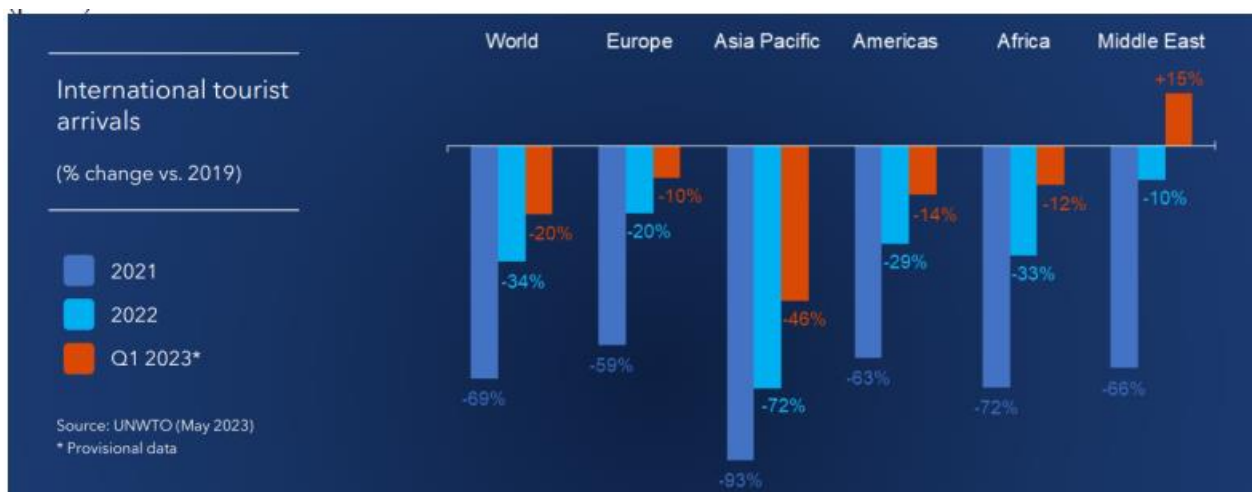


Рисунок 2.1 - Динаміка показника «міжнародні туристичні прибуття»

Незважаючи на поступове відновлення галузі у 2021 році через вплив пандемії Covid-19, військова агресія Російської Федерації призвела до майже повного припинення діяльності туристичних компаній. Проте 2023 рік показав позитивні тенденції у відновленні туристичної галузі, особливо в західних регіонах України (Закарпатська, Львівська, Івано-Франківська), де спостерігалось значне зростання кількості мандрівників. Це стало одним із факторів відновлення та розвитку внутрішнього туризму, який за умови розробки державою відповідних регуляторних інструментів міг би стати одним із пріоритетних напрямів відновлення економіки України. Слід зазначити, що масштабне військове вторгнення Російської Федерації суттєво змінило підхід українців до подорожей та відпочинку. Цікавими є результати дослідження Національного агентства розвитку туризму та проекту ЮНІСЕФ

U-Report Ukraine, які показують ставлення громадян до подорожей у воєнний час. У проекті взяли участь близько 5000 людей віком від 14 до 34 років. Зокрема, дослідження показало, що станом на 24 лютого 2022 року майже 55% українців не відвідували інші регіони України з туристичною метою, тоді як майже 36% українців робили це від одного до п'яти разів (рис. 2.2) [9].

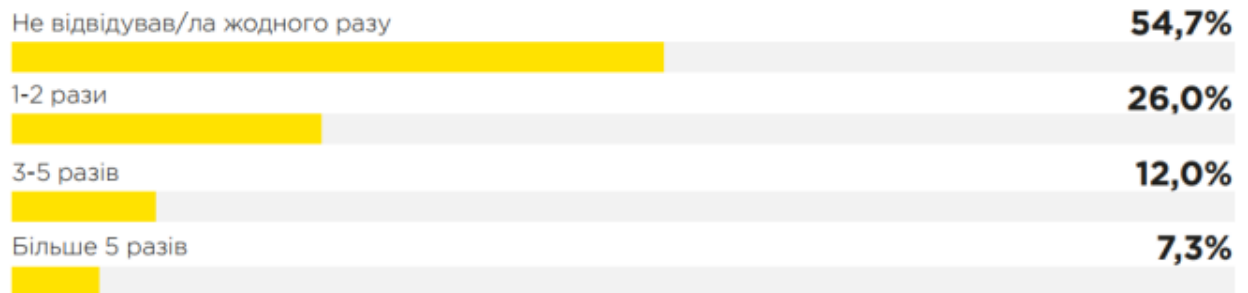


Рисунок 2.2 - Скільки разів ви відвідували інші регіони України з туристичною метою з 24 лютого 2022 року?

Розглядаючи сучасні види дозвілля в Україні, більшість респондентів (54,0%) зазначили, що надають перевагу пішим прогулянкам та дослідженню міського середовища. Близько 28% респондентів віддають перевагу культурному туризму (відвідування пам'яток і музеїв). Близько 23% мандрівників віддають перевагу пляжному туризму (рис. 3).

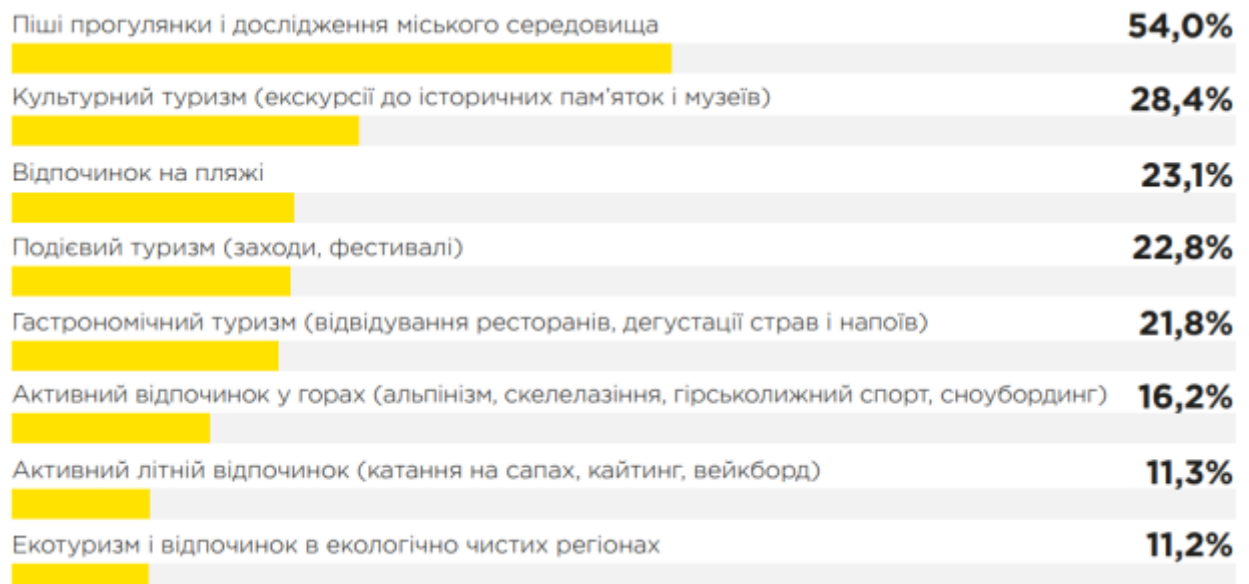


Рисунок 2.3 - Види відпочинку, яким надають перевагу в Україні після 24 лютого 2022 р. [9]

Тут варто відзначити суттєву зміну пріоритетів у цей період, адже, згідно з дослідженням «Вивчення внутрішнього та зарубіжного туризму українців», проведеним Human Research на замовлення Держтуризму у 2021 році, основним видом туризму був пляжний (близько 48%) (рис. 2.4).

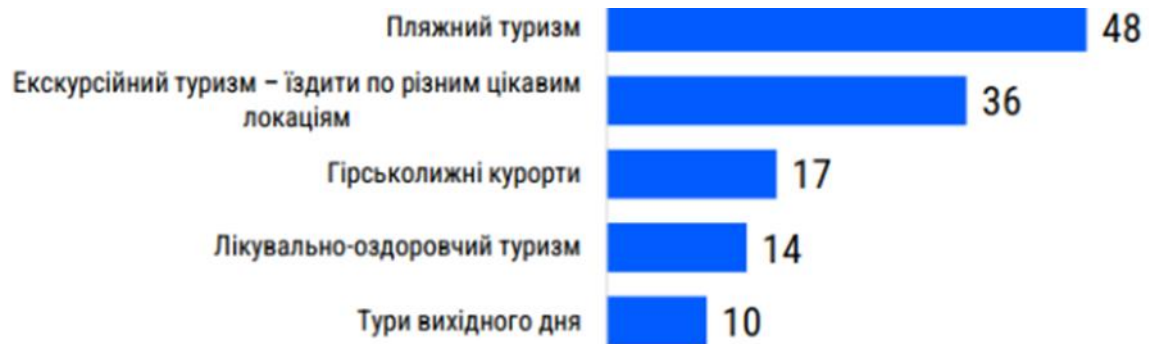


Рисунок 2.4 - Види відпочинку, яким надавали перевагу в Україні у 2021 р.

Вивчення перешкод та обмежень у в'їзді в Україну під час воєнного стану є надзвичайно актуальною темою в нинішніх умовах. Близько 57% респондентів сказали, що головним фактором, що обмежує подорожі, є проблеми з безпекою, а 42% назвали фінансові витрати. Втрата доступу до центрів відпочинку та проблеми з логістикою також є ключовими перешкодами (рис. 2.5).

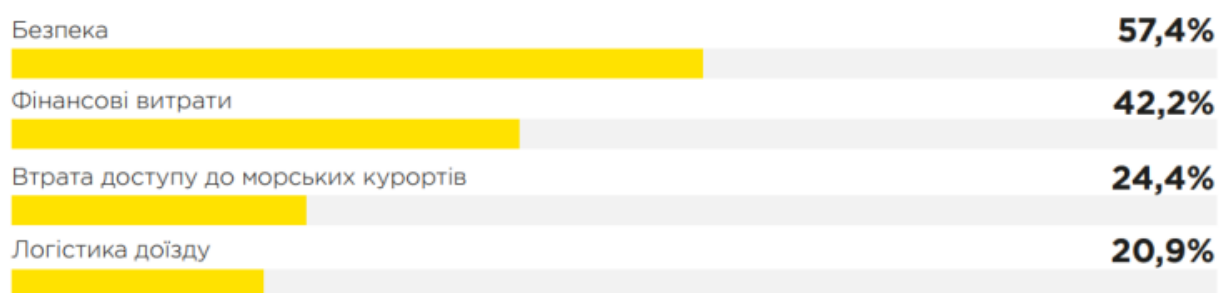


Рисунок 2.5 - Перешкоди (обмеження) для подорожей в Україні в умовах воєнного стану

Певним підтвердженням є результати динаміки податкових надходжень від туристичної галузі за період січень-червень 2023 року по регіонах порівняно з аналогічним періодом 2021-2022 років. За даними Національного

агентства розвитку туризму, динаміка сплати податків у I півріччі 2023 року була різною (рис. 2.6).

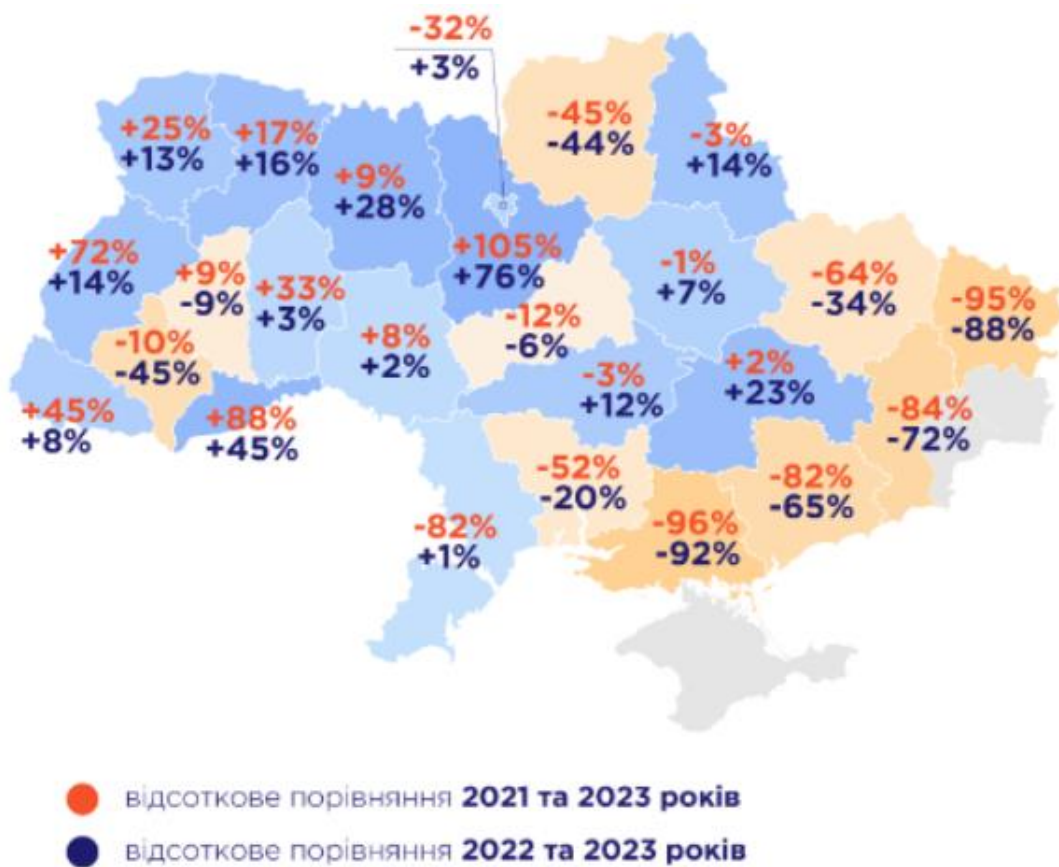


Рисунок 2.6 - Аналіз динаміки податкових надходжень від туристичній галузі за січень-червень 2023 р.

Підвищення податків зафіксовано в столиці та 14 областях України за два квартали 2023 року. Найбільший приріст за перше півріччя 2023 року зафіксовано в Київській області, внесло до бюджету 111157 тис. грн. За аналогічний період 2022 року до Державного казначейства Київської області за перше півріччя 2021 року перераховано 63 190 тис. грн. (рис. 2.7).

Також Львівська область є лідером за надходженнями до бюджету. За шість місяців 2023 року в область надійшло 147 млн 949 тис. грн проти 129 млн 880 тис. грн за відповідний період 2022 року. У 2021 році Львівська область за цей же період сплатила до Держказначейства 85 млн 911 тис. грн. Буковина в лідерах з підвищення податків – 13 млн 113 тис. грн. У 2022 році представники туристичної галузі цього регіону за перше півріччя заплатили

957 тис. грн, що на 2 068 тис. грн більше порівняно з 2021 роком. Зросли у 2023 році і податкові надходження від туристичної галузі Закарпаття – 35 916 тис. грн проти 33 млн 154 тис. грн у 2022 р. Для порівняння: у 2021 р. доходи склали 24 748 тис. грн.

ПОДАТКИ, млн грн:	2021	2022	2023
Вінницька	10,9	11,5	11,7
Волинська	5,5	6,0	6,8
Дніпропетровська	42,3	35,0	43,1
Донецька	22,5	13,0	3,6
Житомирська	5,5	4,6	6,0
Закарпатська	24,7	33,2	36,0
Запорізька	34,2	17,6	6,2
Івано-Франківська	65,0	106,2	58,3
Київська	54,3	63,2	111,2
Кіровоградська	6,6	5,7	6,4
Луганська	4,3	1,8	0,2
Львівська	86,0	129,9	148,0
Миколаївська	15,8	9,4	7,5
Одеська	241,8	42,8	43,4
Полтавська	18,4	17,0	18,2
Рівненська	6,7	6,7	7,8
Сумська	4,7	4,0	4,5
Тернопільська	7,3	8,7	8,0
Харківська	44,6	24,6	16,2
Херсонська	19,0	9,3	0,7
Хмельницька	8,5	11,0	11,3
Черкаська	9,3	8,8	8,2
Чернівецька	7,0	9,1	13,1
Чернігівська	7,7	7,6	4,2
м. Київ	336,6	222,8	229,8

Рисунок 2.7 - Аналіз динаміки податкових надходжень від тургалузі за січень-червень 2023 р.

Підсумовуючи, з початком військової агресії Російської Федерації проти України чинники мотивації туристичних поїздок суттєво змінилися. Незважаючи на складну ситуацію, 2023 рік показав можливості для відродження та розвитку внутрішнього туризму, особливо в західних областях. Україна має значний потенціал для розвитку туризму завдяки своїм природним ресурсам, пам'яткам, культурній спадщині та гостинності її мешканців. Туристичні компанії та напрямки постійно відстежують і адаптуються до цих факторів, щоб ефективно реагувати на зміни попиту та підтримувати конкурентну перевагу на ринку туризму. Розуміння

різноманітної та мінливої природи попиту є ключем до успіху бізнесу та туристичних напрямків. Розвиток туризму може стати рушійною силою регіонального розвитку, сприяючи стимулюванню економіки менш розвинених регіонів. Як уже зазначалося, туристично-готельний сектор може стати важливим фактором відродження національної економіки. Основними завданнями розвитку цієї галузі є вдосконалення туристичної інфраструктури та надання якісних туристичних послуг.

2.2 Аналіз господарської діяльності ТОВ «Вітан тревел»

ТОВ «Вітан тревел» - туристичне агентство, яке пропонує своїм клієнтам широкий спектр послуг. Вони спеціалізуються на організації відпочинку в Україні та за кордоном, бронюванні готелів, авіаквитках, трансферах та турах. Також компанія надає послуги корпоративного туризму, включаючи організацію ділових поїздок та корпоративних заходів. Крім того, ТОВ «Вітан тревел» пропонує туристичне страхування, яке забезпечує додаткову безпеку своїм клієнтам.

ТОВ «Вітан тревел» - найвідоміше агентство з продажу авіаквитків у Запоріжжі. Це агентство схвалено IATA (Міжнародна асоціація повітряного транспорту). Наразі ТОВ «Вітан тревел» співпрацює з 150 відомими авіакомпаніями світу, серед яких: Lufthansa, Swissair, Sabena, Wizz Air, British Airways, Air France, KLM, Finnair, Delta Airlines та інші.

ТОВ "Вітан тревел" пропонує комплексні транспортні та туристичні послуги:

- продаж авіаквитків для всіх категорій пасажирів;
- квитки на рейси традиційних авіакомпаній і бюджетних авіакомпаній;
- підбір зручних маршрутів і прийнятних цін;

- реєстрація для участі в бонусних програмах авіакомпаній для тих, хто часто подорожує;
- організація бізнес-перельотів.

Таблиця 2.3 - Паспорт підприємства ТОВ «Вітан тревел»

Повне найменування юридичної особи	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ВІТАН ТРАВЕЛ
Скорочена назва	ТОВ "ВІТАН ТРАВЕЛ"
Код ЄДРПОУ	31522374
Дата реєстрації	07.06.2001 (22 роки 9 місяців)
Уповноважені особи	СУРКІС ОЛЕКСАНДР БОРИСОВИЧ СУРКІС ОЛЕКСАНДР БОРИСОВИЧ
Розмір статутного капіталу	11 800,00 грн.
Види діяльності	Основний: 79.12 Діяльність туристичних операторів Інші: 79.11 Діяльність туристичних агентств 79.90 Надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність
Контактна інформація	Україна, Зап орізька обл., м. Запоріжжя, вул. Південноукраїнська, 3
Телефон	+380612123777

Туристичні послуги ТОВ "Вітан тревел":

- популярні курорти Туреччини, Єгипту та Адріатичного узбережжя;
- екзотичні подорожі до Азії, Африки, Південної Америки та Австралії;
- відпочинок на островах Карибського моря та Індійського океану;
- тематичні туристичні програми по країнах Європи;
- санаторії та пансіонати в Карпатах і Закарпатті;
- поїздки вихідного дня по містах України та Європи;
- відвідування популярних гірськолижних курортів України та Європи;
- освітні програми за кордоном;

- морські круїзи на кращих круїзних лайнерах;
- організація поїздок на спортивні заходи.

Готелі по всьому світу від ТОВ «Вітан тревел»:

- готелі туристичного класу;
- фешенебельні, розкішні готелі всесвітньо відомих брендів;
- бюджетні варіанти - невеликі сімейні готелі;
- ексклюзивні пропозиції - елітні вілли та замки;

Автомобілі від класу «економ» до «люкс» від міжнародних компаній з прокату автомобілів у різних країнах світу, в тому числі в Україні.

Переваги послуг страхування:

- медична страховка;
- страхування фінансових ризиків;
- страхування автотранспорту (КАСКО);
- страхування житла;
- авіаційне страхування.

За час здійснення діяльності ТОВ «Вітан тревел» масштабні війни, територіальні негаразди, економічні проблеми та політична невизначеність призвели до незадовільного стану туристичних та клієнтських потоків: у 2022 році туристичний ринок обвалився на 40%. Однак у 2023 році вже спостерігалось покращення, яке відобразилося у збільшенні на 20%. У цей період спостерігалось стрімке зростання, оскільки Єгипет і Туреччина врятували свої туристичні галузі та знизили ціни, щоб залучити українських туристів. У 2023 році клієнти ТОВ «Вітан тревел» найчастіше обирали такі країни:

1. Єгипет;
2. Туреччина;
3. Греція;
4. Болгарія;
5. Кіпр;
6. Чорногорія;

7. Іспанія.

Аналіз результатів діяльності ТОВ «Вітан тревел» за 2023 рік показує, що фінансовий стан підприємства протягом звітного року був задовільним. За підсумками 2023 року ТОВ «Вітан тревел» зміцнило свої позиції в усіх сферах діяльності компанії. Значно зросла питома вага доходу від обслуговування ділових клієнтів при організації ділового туризму.

Зміцнення позицій ТОВ «Вітан тревел» як надійного партнера в організації корпоративних заходів, конгресів тощо. Компанія має понад 100 агентських договорів з авіакомпаніями та завдяки тристороннім угодам з авіакомпаніями має можливість пропонувати корпоративним клієнтам ексклюзивні та конфіденційні авіаквитки на пріоритетні напрямки.

Дохід підприємства обліковується за методом нарахування, якщо є впевненість, що операція призводить до збільшення економічних вигод і величина доходу може бути достовірно оцінена (рис. 2.8).

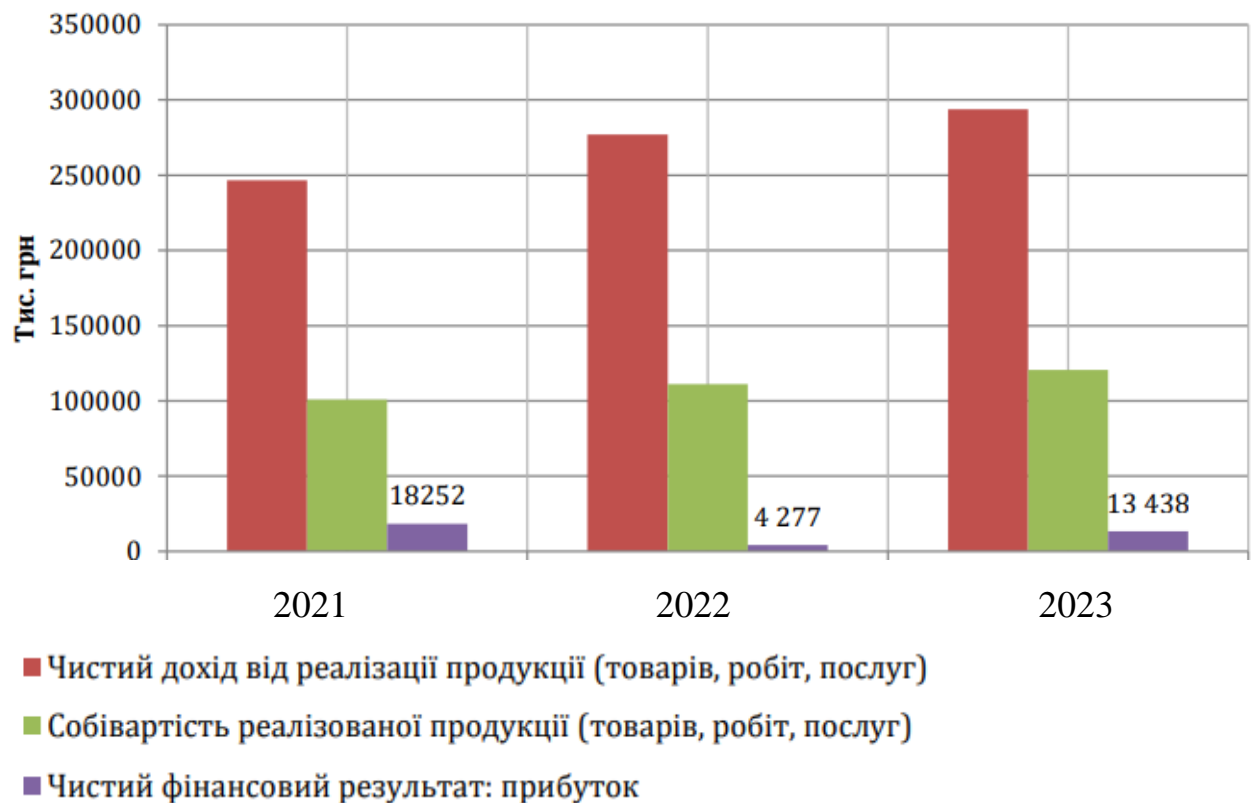


Рис. 2.8 - Доходи та прибуток підприємства ТОВ «Вітан тревел» за 2021 – 2023 рр.

Облік доходів від комерційної діяльності ТОВ «Вітан тревел» складається з надання послуг з бронювання та продажу послуг авіаційного транспорту, бронювання готелів, туристичних та інших послуг залежно від виду реалізації, тобто при оформленні проїзного документа, туристичний ваучер, страховий поліс тощо, відбувається передача прав на користування послугою, а саме принцип, який передбачає ефективну передачу ризиків, винагород та контролю над матеріальними активами від продавця до покупця.

Витрати визначали за витратами звітного періоду одночасно з визначенням доходу, для отримання якого вони сформовані (рис. 2.9).



Рисунок 2.9 - Витрати ТОВ «Вітан тревел» за 2021 – 2023 роки

Витрати ТОВ «Вітан тревел» за 2023 рік становлять: - собівартість реалізованої продукції склала 120 424 тис. грн; - адміністративні витрати 89 793 тис. грн; - вартість реалізації 76 649 тис. грн; - інші операційні витрати 10201 тис. грн; - податку на прибуток у сумі 4218 тис. грн; - фінансові витрати 9 671 тис. грн; - інші витрати 11 411 тис. грн

Тож у 2023 році ТОВ «Вітан тревел» було прибутковим.

Коефіцієнт загальної ліквідності визначається як відношення поточних активів до короткострокових зобов'язань. Фактичне значення коефіцієнта дорівнює 1,12, тобто у підприємства достатньо оборотних коштів для погашення поточних боргів. Коефіцієнт абсолютної ліквідності визначається як відношення суми наявних грошових коштів та їх еквівалентів і короткострокових фінансових активів до суми непогашених залишків за кредитами та поточними рахунками. Фактичне значення коефіцієнта 0,18 свідчить про недостатність коштів для погашення поточних зобов'язань.

Таблиця 2.4 - Показники ліквідності ТОВ «Вітан тревел»

№ з/п Показники	Нормативне значення коефіцієнту	Розрахунок	Фактичне значення коефіцієнту
Коефіцієнт загальної ліквідності	1 - 2	326754/293921 (тис. грн.)	1,2
2 Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,25 - 0,5	50849/293921 (тис.грн)	0,18

З цього можна зробити висновок, що компанія є прибутковою і з року в рік зміцнює своє фінансове становище та імідж як одна з провідних туристичних компаній Запоріжжя.

Проаналізувавши розвиток компанії ТОВ «Вітан тревел», спробуємо звести основні стратегічні проблеми компанії в єдину таблицю 2.5 і запропонуємо рішення.

Отже, можна зробити наступні висновки, відповідно до яких процес надання туристичних послуг клієнтам ТОВ «Вітан тревел» поділяється на два взаємопов'язаних послідовно-паралельних елемента:

а) супровід туриста турфірмою перед поїздкою, під час подорожі та в кінці подорожі. Туристична компанія «Вітан тревел» є основним об'єктом туристичних послуг;

б) від початку до кінця туристичної подорожі послуги, що надаються туристичною агенцією або її представником, відносно слабкі. Найбільшу

частину туристичних послуг складають послуги різних організацій або окремих осіб - послуги постачальників послуг.

Таблиця 2.5 - Системні проблеми ТОВ «Вітан тревел» та шляхи їх вирішення

Напрямок	Проблема	Пропозиція щодо вирішення проблеми
Маркетингові	Надто великий спектр послуг які компанія намагається охопити і запропонувати клієнту, проте і клієнти не про всі послуги знають і компанія не може на рівних конкурувати зі спеціалізованими агенціями	2 варіанти: 1) сконцентрувати увагу на напрямках, що приносять найбільший дохід від решти послуг відмовитись або рекомендувати клієнтам спеціалізовані агенції де послуги будуть на рівні з найкращими послугами «Вітан тревел»; 2) Вивчити найцікавіші тренди майбутніх років і крім послуг з підбору квитків залишити ті напрямки які будуть модні/популярні у найближчі 2-3 роки, акцентувати увагу в рекламних повідомленнях про наявні можливості бути модним туристом разом із визнаним майстром «Вітан тревел»
Виробничі	Нажаль компанія не може впливати на якість послуг підрядників а іноді і на фактичне існування	Розглянути можливість інвестування прибутку компанії в акції стратегічно важливих перевізників задля можливості хоча би мінімально впливати на розвиток посередників
Кадрові	Відсутність стратегії «Підвищення кваліфікації персоналу»	Можливість підвищення кваліфікації дозволить персоналу більш якісно виконувати свою роботу (Наприклад: курси співпраці з клієнтами та CRM- стратегія, інтернет-продажі, продажі в соціальних мережах, що набувають особливої популярності)

Таким чином, ТОВ «Вітан тревел» організовує та контролює весь процес туристичного обслуговування, а постачальники послуг підключаються до них у найбільш інтенсивний період обслуговування - під час самої туристичної подорожі і паралельно надають послуги. Найчастіше постачальники послуг впорядковано беруть участь у процесі надання послуг.

Схематично це можна зобразити так: транспортна компанія (митниця) - готельна компанія - трансфер - розважальний заклад - трансфер - готель/ресторан - трансфер - транспортна компанія - тощо (варіанти можуть бути різними).

Тому в аналітико-дослідницькій частині роботи було проаналізовано діяльність ТОВ «Вітан тревел». Приватне товариство «Вітан тревел» є одним із лідерів на ринку туристичних послуг Запоріжжя. Завдяки позитивній динаміці помічено, що попит на туристичні послуги з року в рік зростає. Крім того, детально проаналізовано функції та завдання роботи в туристичній компанії ТОВ «Вітан Тревел».

Аналіз фінансових показників ТОВ «Вітан тревел» за 2021-2023 роки показав, що з кожним роком прибуток поступово зростає, причому найбільший прибуток припадає на літній сезон та різдвяні свята.

З метою визначення найбільш важливих послуг для ТОВ «Вітан тревел» та вибору додаткової стратегії вдосконалення діяльності компанії було проаналізовано основні стратегічні проблеми компанії та запропоновано шляхи їх вирішення.

2.3 Діагностика організації автоматизованого робочого місця менеджера на підприємстві туристичної сфери ТОВ «Вітан тревел»

Створення автоматизованого робочого місця менеджера в туристичному підприємстві ТОВ «Вітан тревел» стає неодмінною умовою сталого і довгострокового комерційного успіху туристичного підприємства і водночас є основним чинником конкурентоспроможності на національному та іноземному ринках. Організація автоматизованого робочого місця менеджера в туристичному підприємстві ТОВ «Вітан тревел», підкріплена якістю послуг та рівнем сервісу, дозволяє підприємству

займати значну частку на ринку туристичних послуг. Важливою частиною організації автоматизованого робочого місця менеджера туристичної компанії ТОВ «Вітан тревел» є інформаційні системи класу CRM (Customer Relationship Management), які гарантують ефективну орієнтацію на ринок. Ці системи призначені для створення клієнтської бази, яка дає туристичній агенції довгострокову конкурентну перевагу. CRM-система пропонує можливість інтеграції та оптимального використання всіх джерел даних про наявних та потенційних клієнтів. Ця система заснована на використанні передових управлінських та інформаційних технологій, за допомогою яких турфірма ТОВ «Вітан Тревел» вивчає інформацію про своїх клієнтів на всіх етапах їх життєвого циклу.

Ефектом від використання технології є підвищення конкурентоспроможності туристичної компанії ТОВ «Вітан тревел» та збільшення прибутку, адже грамотно побудовані відносини, засновані на персональному підході до кожного клієнта, дозволяють залучати нових клієнтів та підвищувати лояльність існуючих клієнтів. Ефективне бачення CRM є основою для мотивації персоналу, організації автоматизованого робочого місця менеджера, формування лояльності клієнтів і зміцнення позицій компанії на ринку.

- Стратегія CRM туристичної компанії ТОВ «Вітан тревел» задає напрямки розвитку та фінансові цілі бізнес-стратегії та формує методи лояльності клієнтів шляхом їх сегментації та стратегічної співпраці.

- Цінний клієнтський досвід (розуміння вимог, моніторинг очікувань, задоволення, конкуренція, співпраця та зворотний зв'язок, спілкування з клієнтами) у процесі взаємодії з туристичною компанією ТОВ «Вітан тревел» відіграє ключову роль у формуванні уявлення про цінність та важливість компанії.

- Організаційна співпраця визначає різноманітність внутрішніх змін клієнтоорієнтованої стратегії. Ці перетворення є ключовим елементом CRM-програм, вони необхідні для створення необхідного і бажаного клієнтського досвіду. Зміни передбачають реорганізацію структури туристичної компанії ТОВ «Вітан тревел», системи мотивації та оплати праці та управління навчанням (кваліфікацією) персоналу.

- Процеси CRM визначають інтереси та цінності клієнтів ТОВ «Вітан тревел». Ефективна реорганізація відносин з клієнтами дозволяє створювати процеси, які відповідають потребам клієнтів, але також підтримують їхні майбутні очікування щодо вартості, створеної компанією, забезпечуючи тим самим конкурентну диференціацію на ринку та отримання позитивного досвіду клієнтів.

- CRM інформація вимагає забезпечення динаміки клієнтської інформації в компанії та тісної інтеграції операційно-аналітичних систем. Найважливішою умовою успішної реалізації CRM-стратегії є можливість отримати необхідну інформацію про клієнта в потрібний момент.

- CRM-технології (комп'ютерні програми, CRM-програми) вимагають комплексного підходу, який охоплює всю туристичну агенцію ТОВ «Вітан тревел» та її ланцюг поставок.

- CRM-системи відображають внутрішні та зовнішні аспекти господарської діяльності ТОВ «Вітан тревел», пов'язуючи бізнес-процеси, стратегію та фінансові результати компанії.

- Функціонал CRM-системи включає маркетинг, продажі та післяпродажне обслуговування ТОВ «Вітан тревел», тобто взаємодія з клієнтами відбувається в процесі будь-якої співпраці.

Впровадження CRM-системи в діяльність туристичної компанії ТОВ «Вітан тревел» виконує наступні цілі:

- оперативні (оперативний доступ до інформації під час контакту з клієнтом у процесі продажу та обслуговування);

- аналітичні (спільний аналіз даних, що характеризують діяльність клієнта і туристичної фірми, отримання нових знань, висновків, рекомендацій);

- командні (клієнт бере безпосередню участь у діяльності турфірми і впливає на процеси розвитку послуг і післяпродажного обслуговування).

Представлена система CRM дозволяє ТОВ «Вітан тревел» автоматизувати всі процеси, пов'язані з туристичною діяльністю, і підвищити їх продуктивність. Система управління CRM туристичної компанії ТОВ «Вітан тревел» має такі результати застосування: підвищення продуктивності роботи менеджерів; виключити повторювані процеси, збільшити обсяги продажів; оперативне управління туристичним продуктом та історія відносин з клієнтами; проводити цільові рекламні кампанії; підвищити якість туристично-інформаційних послуг; чітка регламентація документообігу турфірм, взаємодії з турфірмами та туристами; підвищення чутливості до змін на туристичному ринку; посилення контролю за фінансово-господарською діяльністю туристичного підприємства; можливість повного аналізу показників діяльності туристичної компанії; зменшення витрат на зв'язок, Інтернет, друковану продукцію; підвищення лояльності клієнтів.

Для розширення ринку збуту ТОВ «Вітан тревел» крім маркетингових інструментів використовує сучасні засоби CRM-системи. На відміну від інших досліджень, замовлених або проведених менеджерами туристичних агентств, дані CRM є реальною інформацією, яка вказує, які клієнти зацікавлені в яких продуктах.

РОЗДІЛ 3

ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ АВТОМАТИЗОВАНОГО РОБОЧОГО МІСЦЯ МЕНЕДЖЕРА НА ПІДПРИЄМСТВІ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ «ВІТА ТРЕВЕЛ»

3.1 Пропозиції ІТ-новацій для вдосконалення автоматизованого робочого місця менеджера на підприємстві ТОВ «Вітан тревел»

Інформаційна система (ІС) — це набір технічних, програмних та організаційних елементів, які дозволяють збирати, обробляти, аналізувати, зберігати та використовувати інформацію користувача з певною метою. Інформаційні системи спрямовані на спрощення діяльності в кожній окремій сфері за допомогою інформаційних технологій (ІТ). До складу інформаційної системи входять такі підсистеми, як: 1) технічна підсистема, представлена технічними засобами, що забезпечують реалізацію технічних функцій ІС для користувача; 2) програмна підсистема, представлена програмними продуктами, що дозволяють виконувати функції обробки інформації, її аналізу тощо; 3) організаційна підсистема, представлена працівниками, які виконують діяльність, яка не може бути виконана за допомогою інших підсистем, і які також відповідають за їх нормальне функціонування.

Інформаційна система управління (ІСУ) – це інформаційна система, яка забезпечувала би ефективну роботу системи управління ТОВ «Вітан тревел». ІСУ надає підтримку у прийнятті управлінських рішень, моніторингу впровадження, а також аналізу та оцінці впровадження. У всіх сферах людської діяльності існують особливості використання

інформаційних технологій, які в першу чергу визначають вимоги до інформаційної системи управління, її апаратної, програмної та організаційної частин.

Особливості туристичної діяльності не характерні для інших сфер. В основному існує два типи туристичних компаній:

- 1) туроператор;
- 2) турагентства.

Туроператор – це організація, яка організовує організовані тури та створює комплекс послуг для туристів (розробка), просування та реалізація турів. Туроператор розробляє туристичні пакети, надає туристичні послуги, розраховує вартість подорожей, передає тури іншим турфірмам для подальшої реалізації туристам, здійснює інформаційну підтримку в реалізації турів турфірмам та їх клієнтам.

Деякі туристичні фірми поєднують функції туроператора і туристичного агентства, виступаючи як туроператор (компанія, що виробляє туристичний продукт) в одному або кількох напрямках, і турагент, що продає туристичний продукт, які створені іншими туроператорами, збираючи та пропонуючи варіанти за багатьма іншими напрямками з метою розширення асортименту.

Основними специфічними факторами туристичної діяльності ТОВ «Вітан тревел», які також впливають на системи управління інформацією, є:

- сезонність туристичної діяльності (є загальна тенденція, згідно з якою найбільший потік туристів припадає саме на період відпусток, вихідних, святкових днів тощо);

- сильна динаміка туристичної діяльності (необхідність швидкого реагування на конкретні події, пов'язані з туристами: аварії, проблеми з

транспортними компаніями, проблеми з виставленням рахунків, розглядом скарг тощо);

– відносно новий ринок, що динамічно розвивається (кількість туристів постійно збільшується, доповнюється представниками нового активного покоління; інструменти залучення клієнтів постійно оновлюються та модифікуються);

– наявність розвиненої конкуренції (конкуренція між великими туроператорами в туристичній сфері та між турфірмами щодо залучення клієнтів);

- належність до сфери послуг (необхідно враховувати специфіку турпродукту як послуги).

Зазначені характеристики туристичної діяльності в першу чергу визначають специфіку ІТ-системи управління туристичним бізнесом. Турфірма ТОВ «Вітан тревел» фактично не має розвиненої ІТ-інфраструктури через малу кількість робочих місць.

У більшості випадків типове туристичне агентство матиме кілька комп'ютерів із доступом до Інтернету від місцевого провайдера, якими іноді керує (або не регулярно обслуговує) системний адміністратор. Турагентства (турфірми), що представляють великі мережі, мають кращу технічну оснащеність і регулярне обслуговування і є винятком для турфірм. Великі туроператори мають досить розвинену інфраструктуру ІТ-систем, як зовнішню (пов'язану із взаємодією через Інтернет), так і внутрішню. Це пов'язано зі специфікою бізнесу і тим, що при мінімальних інвестиціях в розвиток ІТ-системи поліпшення бізнес-процесів відчувається в короткостроковій перспективі (автоматизація документообігу в турфірмах, готелях і т.д.).

Туроператор, як складна організація, може і буде використовувати всі рішення, пов'язані з ІТ-системою, максимально на корпоративному рівні. Актуальною проблемою в організації обміну зовнішньою інформацією є механізм взаємодії з партнерами туристичної компанії ТОВ «Вітан Тревел», особливо в інших країнах і регіонах, оскільки партнер може бути менш технологічно розвинутим (це особливо актуально) економічно відсталих країн).

Основним завданням інформаційної системи є передача даних та їх автоматична обробка, при цьому організовується швидкість процесу передачі та обробки, надійність механізмів інформаційного процесу та їх гнучкість. Коли мова заходить про програмну частину системи економічної інформації в індустрії туризму, слід зазначити, що невеликі туристичні агентства в основному використовують веб-браузер і MS Office (або програмне забезпечення з відкритим доступом).

Однак слід зазначити, що туристичні агентства можуть використовувати системи CRM за умови підтримки середньої або великої клієнтської бази. Туроператори можуть використовувати як системи CRM, так і ERP, але гібрид систем, розроблених спеціально для індустрії туризму, найкраще підійде до їхніх обставин.

Оскільки розробників такого програмного забезпечення небагато, вибір туристичних агентств обмежений. Вибір програмного забезпечення, яке використовується в практиці туристичної компанії ТОВ «Вітан Тревел» є дуже важливим, оскільки відстежується його вплив на результати роботи компанії, її імідж, ефективність, гнучкість тощо.

Вибираючи програмне забезпечення, треба звернути увагу на такі особливості:

- програмне забезпечення має бути розроблено спеціально для туристичного сектору (повинні бути включені питання щодо трансферів, страхування, круїзів, лімітів на рейси тощо);

- програмне забезпечення повинно бути гнучким і швидко адаптуватися до змін, що відбуваються в туристичній діяльності компанії. Нестабільність механізмів роботи партнера сильно варіює, тому немає спеціальної норми взаємодії;

- програмне забезпечення повинно легко інтегруватися (прозорий обмін даними між туристичними компаніями та їх підрядниками). Він повинен бути інтегрований з усім програмним забезпеченням, яке може відрізнитися від програмного забезпечення партнера.

- програмне забезпечення повинно мати зручний інтерфейс. Хоча працівники є хорошими спеціалістами у сфері туризму, але переважна більшість далека від володіння сучасними інформаційними технологіями.

Ринок програмного забезпечення в даний час пропонує цілий спектр різноманітних функціональних можливостей комп'ютерних систем:

- 1) комплексні системи ERP;
- 2) CRM системи для роботи з клієнтами;
- 3) хмарні рішення для систем ERP і CRM (інтернет-базовані та мобільні технології) та інші рішення.

SAP Business One — це ERP-система, орієнтована на малий і середній бізнес (до якого входить більшість підприємств туристичної галузі). ERP-система забезпечує економічно ефективний спосіб комплексного управління бізнес-діяльністю туристичної компанії та відносинами з клієнтами. Система містить численні модулі, які охоплюють усі аспекти управління туристичним бізнесом – від прийому замовлень до задоволення потреб клієнтів.

Oracle E-Business Suite — сучасний комплекс програмних рішень для автоматизації та управління всіма бізнес-процесами. На даний момент система є єдиним пакетом у світі, який повноцінно функціонує з використанням веб-технологій. Елементи системи, що працюють на єдиній платформі, дозволяють вирішувати широкий спектр завдань, пов'язаних з управлінням електронною комерцією. Завдяки більш ніж 150 функціональним модулям на базі рішення Oracle E-Business Suite можна працювати над автоматизацією практично всіх сфер діяльності, від організації системи доставки та закупівель до системи взаємодії з клієнтами та продажів. Пакет Oracle E-Business включає операції у сферах маркетингу, продажів, взаємодії з постачальниками та субпідрядниками, роботи з персоналом та ефективного управлінського обліку.

Таблиця 3.6 - ERP-системи для управління туристичним підприємством

№ з/п	Назва системи	Призначення	Наявність «хмарного рішення»	Наявність мобільного додатку
1.	SAP Business One	турагенція туроператор	+	+
2.	Oracle E-Business Suite	турагенція туроператор	+	+
3.	Microsoft Dynamics	турагенція туроператор	+	+
4.	ERP.travel	турагенція	+	-

ERP.travel – це онлайн-система, яка автоматизує роботу туристичного агентства. Система підбирає на основі сайтів туроператорів, має зручний інтерфейс і функціональні можливості, орієнтовані на менеджерів турфірм. ERP.travel збирає всю інформацію в одному місці: загальні огляди менеджерів і офісів, оперативні звіти про хід продажів і стан грошової маси, це програма для всієї мережі турфірм, ряду офісів і юридичних сутності в одному. Програма з гнучким розподілом замовлень і видимістю клієнтів.

CRM OneBox має такі функції: ведення бази даних контактів, розбитих на групи; організувати та проводити акції з використанням електронних розсилок; повідомляти клієнтів за допомогою SMS про події, пов'язані з їх

послугою; розробити вартість послуг і врахувати маржу контракту, включаючи розрахунки в різних валютах; записує початкові та наступні запити клієнтів, зберігає історію клієнтів і створюйте подальші пропозиції на основі запитів; ведення бази даних документів, необхідних для виїзду за кордон, автоматизація візових процесів для точного дотримання термінів через особистий кабінет; взаємодія з клієнтом, включаючи онлайн-платежі; можливість розрахунку поїздок виходячи з конкретних характеристик і умов; інтеграція з сайтами, прийом і обробка заявок і запитів; мінімізація витрат на зв'язок завдяки IP-телефонії; створення мережевої бази даних туристичних агентств з багатьма агентствами з власними областями бази даних контактів і статистикою контактів.

Таблиця 3.7 - CRM-системи для управління туристичним підприємством

№ з/п	Назва системи	Призначення	Наявність «хмарного рішення»	Наявність мобільного додатку
1.	CRM OneBox	турагенція	+	+
2.	CRM SalesDrive	турагенція	+	-
3.	MoiTuristy.ua	турагенція	+	-
4.	Bitrix24	турагенція	+	+
5.	Оверия-Туризм	турагенція туроператор	-	-
6.	amoCRM	турагенція	+	+
7.	Tourcontrol	турагенція	+	-

CRM SalesDrive пропонує повний клієнтський менеджмент у сфері туристичних послуг: оформлення запитів, розсилка пропозицій електронною поштою, нагадувань і завдань, ведення документації, повторні продажі для постійних клієнтів. Система має додаткові поля для туристичних агентств, можливість створення кількох офісів, можливість створення «воронки продажів», інтегрується з сайтом турагентства та підтримує рекламні кампанії через інтеграцію з Google.Analytics і Google.Adwords.

MoiTuristy.ua - це проста CRM-система для невеликих туристичних агентств, яка забезпечує дзвінки та реєстрацію туристів, нагадування, маршрутизацію туристів між менеджерами чи офісами, гнучкий розрахунок бонусів пропорційно до премії, маркетинг за допомогою електронної пошти та

SMS, а також аналітику, що дозволяє джерелам дохід і розрахунок робочого часу.

Bitrix24 CRM для турфірми допомагає залучати та утримувати клієнтів турфірми; ефективність роботи менеджерів з продажу (завдання та нагадування); «воронка продажів»; власні достовірні аналізи.

Оверія-Туризм - це програмний комплекс для туристичних агентств і туроператорів, який підвищує ефективність роботи турфірми за рахунок: автоматизації рутинних процесів, концентрації всієї корпоративної інформації (в тому числі фінансової) в одній захищеній системі, організації роботи великих і невеликі компанії та туристичних агентств.

AmoCRM для туристичних агентств допомагає вирішити завдання залучення клієнта і подальшого відстеження його протягом тривалого періоду часу, тим самим максимізуючи термін його життя, від якого залежить успішна реалізація турфірми і успіх всієї компанії.

Tourcontrol - дуже популярна хмарна CRM система для автоматизації туристичних агентств. Система забезпечує: використання IP-телефонії, імпорт та обробку лідів, детальне керування заявками (включаючи туристів, бронювання, квитки, розміщення, додаткові послуги, документи), базу даних клієнтів з історією, імпорт/експорт клієнтів (туристи та представники), календар з файлами, нагадуваннями та подіями, вибір поїздок, каталог країн, міст і готелів (понад 400 000 готелів + можливість додавати персоналізовані), каталог постачальників, обмеження доступу за типом співробітника, кілька користувачів і офісів, переадресація, додатки між менеджерами та спільна реалізація кількома менеджерами, статистика, маркетинг (джерела клієнтів, статус заявки), реєстрація всіх дій (журнал), внутрішній чат, повідомлення про важливі події в системі, автозаповнення та друк документів (підтвердження платежів, договори, вкладення, фінансові гарантії тощо), туристичне бюро тощо.

Більшість CRM-систем мають схожий функціонал, орієнтовані в першу чергу на турфірми середнього розміру, мають хмарну підтримку та інтеграцію з сайтом турфірми та мобільними пристроями (через додатки).

Що стосується веб-сайтів туристичних агентств, то малі туристичні агентства мають власні рекламні сторінки з контактними даними або взагалі їх не містять (можуть розповсюджувати рекламу, рекламуватись у ЗМІ, Інтернет-мережах тощо). Для великих туроператорів Інтернет-технології є одним з найважливіших ресурсів.

Крім описів готелів і рекламних фотографій, які викликають бажання потенційних клієнтів, їх основне функціональне призначення - забезпечити систему пошуку та вибору подорожей. Вони можуть використовувати описи та зображення, щоб залучити клієнтів і зробити покупку через веб-сайт. Потрібен інтуїтивно зрозумілий механізм вибору поїздки та достатньо інформації про місце призначення та готель.

Турагент, який використовує веб-сайт туроператора для пошуку поїздок, зацікавлений у прийнятності цін і можливості зробити бронювання через веб-сайт від свого імені (його менше цікавить опис).

Існують спеціально створені сайти, які збирають в одному місці інформацію від різних туроператорів. Механізм збору цієї інформації також цікавий, оскільки кожен туроператор надає інформацію різними способами. Це відображає зацікавленість кожної турфірми в отриманні швидкої та достовірної інформації про наявність місць і дати поїздки в бажаному клієнтом напрямку. Клієнти хочуть більшого вибору туроператорів, що відбувається за рахунок веб-технологій.

Творчий підхід до створення та розвитку інформаційних систем управління туристичним підприємством зачіпає багато аспектів його діяльності: - сферу туризму, яка за своєю суттю є творчою; – компонент ІТ-креативності, який стосується інноваційних рішень в системі управління туристичною компанією, що дозволяють підвищити ефективність роботи та виділитися серед конкурентів; - елемент системи менеджменту (зокрема

управління маркетингом), відповідальний за розробку унікальної стратегії туристичного підприємства, його маркетингових програм, формування його іміджу, чіткий вибір конкурентних переваг тощо.

Інформаційна система опосередковано через співробітників туристичної фірми, телефонні та Інтернет-контакти з її потенційними та постійними клієнтами дозволяє творчо підійти до її реалізації, повністю забезпечуючи клієнта необхідною інформацією.

Перевагами творчого підходу до вдосканалення автимаіізованого робочого місця менеджера забезпечує система управління інформацією:

- створення єдиної системи управління інформацією, що враховує стратегію компанії та специфіку туристичної галузі;
- розробка унікальних і зручних способів зв'язку з конкретними клієнтами туристичної компанії та збору інформації про них;
- створення зручної та ефективної системи розподілу маркетингової інформації між клієнтами;
- персоналізоване та практичне програмне забезпечення для менеджерів туристичних компаній;
- швидка обробка необхідної інформації, гнучкість інформаційної системи, її мобільність, доступність тощо.

Використовуючи творчий підхід, розробники програмного забезпечення інформаційних систем управління туризмом пропонують різноманітні рішення для туристичних компаній з можливістю широкої адаптації під конкретне підприємство.

Отже, інформаційна система управління туристичною компанією важлива для управління бізнесом, оскільки вона надає інформацію, необхідну для прийняття швидких і ефективних рішень. Характеристики інформаційної системи залежать від виду діяльності туристичного підприємства, його позиції в системі розподілу турпродукту та розміру підприємства.

Туроператори здебільшого використовують повноцінну систему управління інформацією ERP, турагентства, як правило, невеликі, орієнтовані на співпрацю з клієнтами і тому в основному використовують системи CRM. Більшість розробників програмного забезпечення для туристичних компаній мають версії програмного забезпечення з хмарними рішеннями та мобільними додатками. Спільною рисою всіх туристичних агентств є широке використання веб-сайтів для охоплення клієнтів, отримання доступу до баз даних готелів, авіакомпаній тощо.

Креативний підхід відіграє важливу роль в автоматизації робочого місця менеджера, а також у виокремленні туристичної компанії на ринку, пропонуючи IT-інновації в поєднанні з маркетинговими рішеннями в рамках бізнес-інформаційної системи.

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

У кваліфікаційній роботі бакалавра на основі проведеного дослідження виконано теоретичне обґрунтування та запропоновано вирішення актуального завдання щодо визначення сутності та особливостей теоретичних основ організації автоматизованого робочого місця менеджера на підприємстві туристичної сфери «Вітан тревел» та розробка практичних рекомендацій щодо його вдосконалення.

Узагальнення наукових і прикладних результатів дозволило сформулювати такі висновки:

1. Створені фахівцями АРМ дозволяють користувачеві працювати в режимі діалогу, швидко вирішувати поточні завдання, легко вводити дані, контролювати, обробляти інформацію, визначати достовірність отриманої інформації, створювати її та передавати по каналах зв'язку.

Основна мета АРМ – оснащення менеджерів обладнанням і технологіями. Мова йде про автоматизоване діалогове виконання основних функцій управління, взаємодію діалогової інформації від користувачів і оперативний доступ до даних, зібраних в центральній базі ІС або в базі АРМ.

Організація АРМ змінює технологію та методологію реалізації функцій управління. З'явилися нові технологічні операції для діалогу на екрані, використання нових форм представлення даних у вигляді електронних папок і таблиць, схем і рисунків, а також представлення даних у кількох вікнах.

Засоби АРМ дозволяють автоматизувати розв'язання задач, забезпечуючи інформаційну підтримку складних формалізованих задач, результати яких використовуються для прийняття рішень.

Маючи професійні знання та практичні навички, користувач може вибрати спосіб вирішення задач, маніпулювати даними для розрахунків, аналізувати їх результати та приймати управлінські рішення, відповідні конкретній ситуації.

2. Найпопулярнішими КСБ на міжнародному ринку є Amadeus, Galileo, Sabre і WorldSpan. Також мають представництва в Україні.

Провідний постачальник передових інформаційних рішень, технологій, бронювання, авіаперевезення та електронна комерція для українського туризму – це Amadeus.

Незважаючи на численні переваги системи Amadeus, використання інших систем в Україні дає наступні позитивні ефекти:

- використання Sabre в українському туристичному бізнесі дозволяє запровадити систему доступу до широкого спектру туристичних послуг, продажу туристичних продуктів, дистрибуції та розробки технологічних рішень для українського туристичного сектору;

- Worldspan не зобов'язує дотримуватися чітко визначених розмірів бронювання, оскільки це досить демократична система;

- Galileo надає туристичним агентствам версію системи бронювання для Windows, що дозволяє агентствам повністю автоматизувати роботу з обслуговування клієнтів.

Використання сучасних інформаційних технологій підвищує безпеку та якість туристичних послуг. В даний час в туризмі використовуються глобальні дистрибутивні системи (Global Distribution System), які дозволяють швидко і зручно бронювати залізничні квитки, бронювати номери в готелях, орендувати автомобілі, обмінювати валюти, замовляти квитки на спортивні та культурні заходи і т.д.

3. З початком військової агресії Російської Федерації проти України чинники мотивації туристичних поїздок суттєво змінилися. Незважаючи на складну ситуацію, 2023 рік показав можливості для відродження та розвитку внутрішнього туризму, особливо в західних областях. Україна має значний потенціал для розвитку туризму завдяки своїм природним ресурсам, пам'яткам, культурній спадщині та гостинності її мешканців. Туристичні компанії та напрямки постійно відстежують і адаптуються до цих факторів, щоб ефективно реагувати на зміни попиту та підтримувати конкурентну

перевагу на ринку туризму. Розуміння різноманітної та мінливої природи попиту є ключем до успіху бізнесу та туристичних напрямків. Розвиток туризму може стати рушійною силою регіонального розвитку, сприяючи стимулюванню економіки менш розвинених регіонів. Як уже зазначалося, туристично-готельний сектор може стати важливим фактором відродження національної економіки. Основними завданнями розвитку цієї галузі є вдосконалення туристичної інфраструктури та надання якісних туристичних послуг.

4. В аналітико-дослідницькій частині роботи було проаналізовано діяльність ТОВ «Вітан Тревел». Приватне товариство «Вітан Тревел» є одним із лідерів на ринку туристичних послуг Запоріжжя. Завдяки позитивній динаміці помічено, що попит на туристичні послуги з року в рік зростає. Крім того, детально проаналізовано функції та завдання роботи в туристичній компанії ТОВ «Вітан Тревел».

Аналіз фінансових показників ТОВ «Вітан Тревел» за 2021-2023 роки показав, що з кожним роком прибуток поступово зростає, причому найбільший прибуток припадає на літній сезон та різдвяні свята.

З метою визначення найбільш важливих послуг для ТОВ «Вітан Тревел» та вибору додаткової стратегії вдосконалення діяльності компанії було проаналізовано основні стратегічні проблеми компанії та запропоновано шляхи їх вирішення.

5. Перевагами творчого підходу до вдосконалення автوماتизованого робочого місця менеджера забезпечує система управління інформацією:

- створення єдиної системи управління інформацією, що враховує стратегію компанії та специфіку туристичної галузі;
- розробка унікальних і зручних способів зв'язку з конкретними клієнтами туристичної компанії та збору інформації про них;
- створення зручної та ефективної системи розподілу маркетингової інформації між клієнтами;

- персоналізоване та практичне програмне забезпечення для менеджерів туристичних компаній;
- швидка обробка необхідної інформації, гнучкість інформаційної системи, її мобільність, доступність тощо.

Використовуючи творчий підхід, розробники програмного забезпечення інформаційних систем управління туризмом пропонують різноманітні рішення для туристичних компаній з можливістю широкої адаптації під конкретне підприємство.

Отже, інформаційна система управління туристичною компанією важлива для управління бізнесом, оскільки вона надає інформацію, необхідну для прийняття швидких і ефективних рішень. Характеристики інформаційної системи залежать від виду діяльності туристичного підприємства, його позиції в системі розподілу турпродукту та розміру підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гуменюк Н. В., Паламарчук А. О. Глобальні комп'ютерні системи резервування: практика використання в туристичній галузі України // Вісник Хмельницького національного університету. 2020. № 4. Т. 4. С. 61–64. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2010_4_4/061-064.pdf (дата звернення: 12.03.2024).
2. Моделювання економічних процесів : навч. посіб. / П. І. Островський, О. М. Гострик, Т. П. Добрунік, О. В. Радова. Одеса : ОНЕУ, 2022. 132 с.
3. Travel Agents Could Lose Out in the Dynamic Packaging Battle. URL: <https://web.archive.org/web/20050206213800/http://www.eyefortravel.com/index.asp?news=44726> (дата звернення: 08.13.2024).
4. Complex networks theory and precursors of financial crashes / V. N. Soloviev, V. Solovieva, A. Tuliakova, A. Hostryk, Lukáš Pichl // Machine Learning for Prediction of Emergent Economy Dynamics, Proceedings of the Selected Papers of the Special Edition of International Conference on Monitoring, Modeling & Management of Emergent Economy (M3E2-MLPEED 2020), Odessa, Ukraine, July 13-18, 2020. CEUR Workshop Proceedings. Published on CEUR-WS: 26-Oct-2020. Vol-2713. P. 53–67. URL: <http://ceur-ws.org/Vol2713/paper03.pdf> (дата звернення: 01.13.2024).
5. Офіційний веб-сайт Amadeus. URL: <https://amadeus.com/ru> (дата звернення: 08.13.2024).
6. Офіційний веб-сайт Galileo. URL: <http://galileointernational.aero-biletu.ru> (дата звернення: 08.03.2024).
7. Система Sabre // Студопедія : сайт. URL: https://studopedia.com.ua/1_369042_sistema-bronyuvannya-Amadeus.html (дата звернення 13.03.2024).
8. Nestoryshen I. European experience of the system of submission and processing of preliminary information about passengers (API/PNR) and cargo

(ACIS). [scientific monograph]: «Development Of Ukraine's customs policy in the context of European Integration». Видавництво «Izdevnieciba «Baltija Publishing», Riga, Latvia. 2023. С. 149-166.

9. Глубоченко К. О., Дорошенко О. М. Аналіз сучасного стану ринку та перспективи туристичних послуг в Україні. *Modern Economics*. 2021. № 30(2021). С. 71-75.

10. Динаміка податкових надходжень від регіонів за I перше півріччя 2023 року. Державне агентство розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/dinamika-podatkovih-nahodzhen-vidregioniv-za-i-pershe-pivrichchya-2023-roku> (дата звернення 13.03.2024).

11. Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців». Проведено компанією «Хьюман Ресерч» на замовлення Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ) на базі додатку «Lemur». URL: <https://drive.google.com/file/d/1VbzkC8sG9muJGJjEUCFkzBfAsIVbke9A/view> (дата звернення 13.03.2024).

12. Левицька І.В., Басюк Д.І., Климчук А.О., Тарасюк Г.М., Москвічова О.С. Економіка туризму: навчальний посібник. Житомир, 2020. 488 с.

13. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі : колективна монографія / за наук. ред. проф. Л.Ю. Матвійчук. Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2019. 320 с.

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

15. Соціально-економічна мотивація інноваційного розвитку регіону : монографія / за заг. ред. дра екон. наук, професора О. В. Прокопенко. Суми : Сумський державний університет, 2018. 576 с.

16. Результати онлайн-опитування щодо подорожей Україною під час війни. Державне агентство з розвитку туризму. URL:

<https://www.tourism.gov.ua/blog/zvidki-ukrayinci-berut-nathnennya-na-podorozhi-pidchas-viyni> (дата звернення 13.03.2024).

17. UNWTO World Tourism Barometer - Volume 21 · Issue 2 · May 2023. URL:https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-05/barom-ppt-may2023_0.pdf?VersionId=pJ0gOWRPkI5bFD5tx5yyuRJ82xwe4jwu (дата звернення 13.03.2024).

18. 1. Лазор Я.О. Поняття та види інформаційних систем. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Юридичні науки. 2019. № 837. С. 80–86.

19. Виклюк Я.І., Гаць Б.М. Огляд сучасного стану інформаційного забезпечення функціонування туристичної галузі. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2021. № 715. С. 59–68.

20. Опалько М.С., Примак Т.Ю. Автоматизація управління туристичним підприємством як засіб підвищення ефективності його діяльності. Молодий вчений. 2019. № 5(32). С. 585–588.

21. Стригуль Л.С., Івлєва М.В. Напрямки вдосконалення діяльності підприємств туристичної галузі за рахунок впровадження інформаційних технологій. Вісник НТУ «ХПІ». 2019. Вип. 30. С. 140–145.

22. Wöber K.W. Information Supply in Tourism Management by Marketing Decision Support Systems. Tourism Management. 2018. № 24. P. 241–255.

23. Ivan I., Surcel T., Milodin D. Tourism Management Information System based on Mobile Technology. URL: <http://www.ionivan.ro>. (дата звернення 13.03.2024).

24. Biadacz R., Biadacz M. The use of modern information technology in tourist information systems on the example of city of Czestochowa. Procedia Computer Science. 2018. № 65, P. 1105–1113. URL: <http://www.sciencedirect.com>. (дата звернення 13.03.2024).

25. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. Київ: Київський національний торговельно-економічний університет, 2019. 463 с.

26. Туроперейтинг : навчальний посібник / За заг. ред. проф. В. Я. Брича. Київ: Кондор-Видавництво, 2019. 276 с.
27. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги-XXI, 2020. 300 с.
28. Збірник нормативних документів з питань регулювання туристичного та готельно-ресторанного бізнесу / Д.І. Басюк, В.С. Заєць. Кам'янець-Подільський: Абетка, 2018. 220 с.
29. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент. Київ: КДЕУ, 2018. 254 с.
30. Державна статистична служба України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>(дата звернення 13.03.2024).
31. Кучеренко В. С. Особливості та сучасні тенденції управління туристичною сферою. Інститут міжнародних відносин Національного авіаційного університету. URL : <http://zavantag.com/docs/index22506858.html?page=28> (дата звернення 13.03.2024).
32. Михайліченко Г. І. Туроперейтинг : підручник. Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2018. 304 с.