

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ОДЕСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 242 «Туризм»
за освітньою програмою «Економіка та організація туристичної діяльності»

на тему: **«ШЛЯХИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ
ТУРИЗМУ(НА ПРИКЛАДІ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ “JOIN UP”»**

Виконавець

студентка центру заочної та
вечірньої форми навчання
Мосіна Тамара Борисівна

Науковий керівник

к.е.н., доцент
Нечева Наталя Валеріївна

Одеса 2024

АНОТАЦІЯ

Мосіна Т.Б. «Шляхи цифровізації послуг підприємств сфери туризму. (на прикладі туристичного підприємства «Join Up»)»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 242 «Туризм і рекреація» за освітньою програмою «Економіка та організація туристичної діяльності»

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2024.

У роботі досліджено особливості цифровізації в сфері туризму, Проаналізовано основні методи цифровізації підприємств туризму. Охарактеризовано організаційно-економічну діяльність туристичного підприємства «JOIN UP», Охарактеризовано стан цифровізації туристичного підприємства «JOIN UP»

Запропоновано рекомендації щодо оптимізації цифровізації іт-туроператора «Join Up», Впроваджено інноваційні програмні засоби у діяльність туроператора «Join Up».

Ключові слова: Туризм, цифровізація, ефективність, інноваційні програмні засоби, конкурентоспроможність

ABSTRACT

Mosina T.B. "Ways of digitalization of services of enterprises in the field of tourism. (on the example of the tourist enterprise "Join Up")"

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in the specialty 242 "Tourism and recreation" under the educational program "Economics and organization of tourism activities"

Odesa National University of Economics. - Odesa, 2024.

The work examines the peculiarities of digitalization in the field of tourism, analyzes the main methods of digitalization of tourism enterprises.

The organizational and economic activity of the tourist enterprise "JOIN UP" is characterized, the state of digitization of the tourist enterprise "JOIN UP" is characterized.

Recommendations for optimizing the digitalization of the tour operator "Join Up" were proposed, innovative software tools were implemented in the activities of the tour operator "Join Up".

Keywords: Tourism, digitization, efficiency, innovative software tools, competitiveness

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Розділ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ.....	7
1.1. Особливості цифровізації в сфері туризму.....	7
1.2 Основні методи цифровізації підприємств туризму.....	21
Висновки до розділу 1.....	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ТУРОПЕРАТОРА «JOIN UP».....	25
2.1 Характеристика організаційно-кономічної діяльності туристичного підприємства «JOIN UP».....	25
2.2. Характеристика стану цифровізації туристичного підприємства «JOIN UP»	39
Висновки до розділу 2.....	41
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТУРОПЕРАТОРА «JOIN UP».....	42
3.1. Рекомендації щодо оптимізації цифровізації туроператора «Join Up».....	42
3.2 Впровадження інноваційних програмних засобів у діяльність туроператора «Join Up».....	51
Висновок до розділу 3.....	55
Висновки.....	57
Список літератури.....	61

Вступ

Актуальність теми. Сучасний туризм неможливий без цифрових технологій. Його застосування у сфері гостинності та подорожей стає все більш актуальним з кожним роком, оскільки цифровізація дозволяє:

- 1)Підвищити якість обслуговування;
- 2)Розширити можливості для маркетингу;
- 3)Збільшити прибуток;
- 4)Підвищити конкурентоспроможність;
- 5) Зробити туризм більш доступним.

В Україні цифровізація туристичного сектору все ще перебуває на початковій стадії розвитку. Проте багато компаній уже впроваджують цифрові технології, щоб покращити свою продуктивність і стати більш конкурентоспроможними. Застосування цифрових технологій у туризмі має великий потенціал для розвитку цієї галузі в Україні. Це може підвищити якість послуг, розширити маркетингові можливості, збільшити прибуток, підвищити конкурентоспроможність і покращити доступність туризму. Тому тема «шляхи цифровізації послуг підприємства у сфері туризму» є дуже актуальною та потребує детального вивчення та дослідження.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних та практичних аспектів шляхів цифровізації послуг підприємства у сфері туризму.

Практична цінність кваліфікаційної роботи полягає у можливості застосування її результатів і рекомендацій для аналізу шляхів цифровізації послуг підприємств у сфері туризму. У відповідності з поставленою метою в даній роботі вирішуються наступні **завдання:**

- дослідити особливості цифровізації в сфері туризму;
- проаналізувати основні методи цифровізації підприємств туризму;
- охарактеризувати організаційно-економічну діяльність туристичного підприємства «JOIN UP»;

- охарактеризувати стан цифровізації туристичного підприємства «JOIN UP»;
- запропонувати рекомендації щодо оптимізації цифровізації туроператора «Join Up»;
- впровадити інноваційні програмні засоби у діяльність туроператора «Join Up»;

Об'єктом дослідження є шляхи та методи цифровізації послуг підприємств сфери туризму на туристичному підприємстві.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних і практичних питань шляхів цифровізації послуг підприємства на прикладі туристичного підприємства «Join Up».

Теоретико-методологічна основа. Теоретико-методологічна основа дослідження даної теми складає такі наукові концепції та теорії: теорія туризму, теорія менеджменту, теорія маркетингу, теорія інформаційних технологій. Для формування нормативно-правової та інформаційно-емпіричної бази дослідження використовувалися :

- Наукова література з теми дослідження;
- Статистичні дані про розвиток туризму в Україні та світі;
- Досвід інших країн у сфері цифровізації туризму;
- Матеріали ділових та наукових конференцій, семінарів, форумів;
- Інформація, розміщена на веб-сайтах підприємств сфери туризму, органів влади, міжнародних організацій.

Методи дослідження. У кваліфікаційній роботі використовуються такі методи як Аналітичний, синтетичний, економіко-математичний, експертний. Застосування цих методів дозволяє провести дослідження якісно та обґрунтовано, з врахуванням важливих факторів та аспектів, що впливають на предмет дослідження.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, які об'єднуються 6 підрозділами, висновків, списку використаної літератури і додатків.

Публікації за темою кваліфікаційної роботи: За результатами виконання кваліфікаційної роботи бакалавра опубліковано тези:

Мосіна Т. Шляхи цифровізації послуг підприємств сфери туризму. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України». 10 квітня 2024 р., м Одеса.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ

1.1. Особливості цифровізації в сфері туризму

Цифровізація – це процес впровадження цифрових технологій у всі аспекти діяльності компанії. У сучасних умовах інформація в цифровому вигляді є головним фактором економічного розвитку XXI століття. Головну роль у цьому контексті відіграють ІТ-технології. Стрімкий розвиток світової цифрової економіки забезпечує підвищення конкурентоспроможності держав, підприємств і підприємств [1]. Зростання рівня цифровізації має значний вплив на важливі зміни в процесі організації бізнесу. Сьогоднішній тренд – це цифрова трансформація, яка зачіпає всі сектори, зосереджуючись на діяльності економічних інституцій, створенні інформаційних суспільств та глобальному використанні цифрових технологій, загалом на цифровій економіці.

Основним споживачем туристичних послуг є молоде покоління, для якого сучасна цифрова комунікація є стандартом життя. Мобільний пошук (зі смартфонів) уже становить 50% запитів. Потреби нового покоління туристів змінюються, тому туроператори повинні персоналізувати свої продукти для клієнтів, а веб-сайт туроператора повинен бути адаптованим, приймати оплату картками та іншими електронними способами оплати. Необхідно скоротити час від пошуку до покупки турпродукту. У цифровій економіці технології забезпечують більш персоналізовану взаємодію, якої бажають багато сучасних мандрівників. Аналітики Focuswire [3] переконані, що туристи увіці від 35 до 40 років є основними індикаторами сучасного ринку. Це вказує на циклічний спад у світовій індустрії туризму. Проте учасники бізнесу вважають, що активність у соціальних мережах створить попит на їхні послуги. Наприклад, опитування дослідницької компанії Criterion показало, що серед 82% літніх

мандрівників вибір певного бренду готелю залежить від участі в програмі лояльності. З мільйонів це лише 60%. Водночас однією з причин відмови глядачів 35-річної дівчини від подібних програм стала надмірна агресивність і часті електронні листи. Це означає, що для більш ефективного витрачання маркетингового бюджету готелі повинні знайти єдиний підхід до клієнтів різного віку.

В останні десятиріччя вивчення питань використання цифрових технологій набуло ширшого розмаху. Енн Негропonte, професор Массачусетського технологічного інституту, написала цей посібник у 1995 році. [4] Його дослідження ґрунтується на контрасті між традиційною та цифровою економікою зі швидким розвитком інформаційних та комунікаційних технологій.

Перехід від третьої промислової революції до четвертої промислової революції характеризується цифровою економікою. «Цифрова економіка» відображає радикальні зміни другої половини 20 століття, спричинені розвитком цифрових обчислювальних і комунікаційних технологій. Цифрова економіка — це економіка, безпосередньо пов'язана з розробкою та застосуванням цифрових обчислювальних технологій у всіх аспектах економічного виробництва та споживання. Як правило, це включає онлайн-сервіси та пропозиції продуктів, такі як електронні платіжні послуги та електронна комерція, Інтернет-комерція та Інтернет речей (IoT), краудфандинг, Інтернет-банкінг тощо. Новітні цифрові технології, які є платформою для цифровізації та цифрової економіки, включають технології великих даних, хмарні сервіси та розвиток штучного інтелекту, інтелектуальні технології та технології локації, Інтернет речей, а також PoT Industrial Internet of Things, 3D.

Цифровізація та доступність інфраструктур забезпечує повноцінну взаємодію учасників економічної діяльності. Існування персоналізованих моделей обслуговування та зростання економіки масового споживання та спільного використання послуг можна визначити як характеристики цифрової економіки. Цифрові процеси особливо важливі для сфери послуг. Бізнес і

транспортні компанії, заклади індустрії туризму та гостинності, ЖКГ мають можливість розширювати та охоплювати свою цільову аудиторію, покращувати якість обслуговування, швидко розвиватися, враховуючи перемогу у світовій цифровій економіці. Велика кількість і якість цифрових платформ доступна в арсеналі, в якому вони беруть участь.

Різноманітність і складність підгалузей туризму, різноманітні міські та сільські проблеми, обмежені фінансові можливості, поганий розвиток інфраструктури, брак досвіду створюють проблеми у створенні потенціалу та управлінні екосистемою цифрового туризму. Тому важливо вивчити нормативні вказівки регіонального туристичного уряду, враховуючи вплив промислових цифрових процесів на національному рівні; Необхідно розробити довгострокову політику інвестування в інноваційні проекти розвитку туризму. Процеси цифровізації є одним із важливих інструментів інтеграції для підвищення ефективності розвитку регіонального туризму та сприяють підвищенню рівня лідерства представлених змін. При реалізації децентралізованих реформ доцільно впроваджувати моделі цифровізації, які включають чотири базові компоненти: розумна фізична інфраструктура, розумна цифрова інфраструктура, цифрові платформи, інтегровані цифрові платформи.

Сказано, що сформульовано дослідження нормативних вказівок уряду щодо впливу цифрових технологій у туристичному секторі, інвестиційної діяльності, пов'язаної з впровадженням цифрових технологій у туристичному секторі. Розробка та реалізація державної політики, національних проектів і планів розвитку туризму для інноваційних туристичних проектів.

Визначено, що мікрорівень туризму представлений окремими підприємствами індустрії туризму. Найактуальнішими проблемами є вивчення нових форм і методів організації бізнесу в туристичній галузі в контексті цифрової економіки, враховуючи цифровізацію бізнес-діяльності в туризмі, зміну ризиків, вплив цифровізації бізнес-процесів на операції. Компанії в індустрії туризму.

Цифрова трансформація економіки призвела до появи віртуальних компаній. Це призвело до появи нових типів туристичних компаній, включаючи регіонально розподілені мережеві структури. Необхідно не тільки розвивати нові типи організацій, а й планувати створення організаційних екосистем і мереж. Гнучкість відіграватиме ключову роль в організації цифрового туризму, оскільки компанії замінюють найшвидші структурні рівні мережами, які мають необхідні можливості. Він конкурує, впроваджуючи інноваційні технології, які кардинально змінюють бізнес-процеси. Новим аспектом у цифровому розвитку туризму є технологія блокчейн, яка реалізує розподілену базу даних, у якій пристрої зберігання даних не підключені до загального сервера. У найближчому майбутньому туристичні онлайн-агентства, які використовують технологію Blockchain, метапошукові системи; Використовується GDS та авіакомпаніями, він кардинально змінює бізнес-процеси в індустрії подорожей. Інформаційне забезпечення туризму – це сукупність туристичних баз даних та спеціалізованих на їх обробці інформаційних технологій, що забезпечує ефективну туристичну діяльність на різних рівнях управління туризмом.

Сьогодні туризм — це не лише потужний сервісний бізнес, а й найбільші у світі авіакомпанії, комп'ютеризований глобальний бізнес, який включає мережі готелів і туристичні агентства. Завдяки інформаційним технологіям (ІТ) річний туристичний продукт стає більш персональним для кожного користувача. Стало простіше і гнучкіше. ІТ-рішення також знайшли своє застосування для туроператорів і власників готелів, а також туристів. Наприклад, технологія VR дозволяє подорожувати, не виходячи з дому – багато туроператорів пропонують відвідати культові «цифрові» напрямки.

Є віртуальні тури з користувачем, а також є особистий гід, який розповідає про туристичні напрямки. Популярність таких ігор підтверджує певну теорію про те, що люди можуть вважати подорожі у віртуальному світі не менш цікавими, ніж у реальному світі. Технологія доповненої реальності використовується для полегшення навігації в незнайомому місті: на

екрані смартфона турист бачить важливі речі – пам'ятки, ресторани, бари, міські установи (наприклад, додаток AR City).

Програми доповненої реальності можуть виявляти та відображати дорожні знаки, а браузер доповненої реальності надають інформацію про певний об'єкт, коли ви наводите на нього камеру телефону. Деякі туристичні компанії організовують незліченні тури з використанням технології змішаної реальності, наприклад, коли мандрівники стоять перед історичною пам'яткою, вони за допомогою окулярів віртуальної реальності дізнаються, як це було сотні чи тисячі років тому (Champion, 2019). Для любителів гастрономічних турів доповнена реальність також корисна – вона повідомляє вам, у яких місцях подають найкращу вуличну їжу, і переглядає меню, щоб запропонувати вибір.

Додатки доповненої реальності поєднуються з системами машинного перекладу, щоб іноземним туристам було комфортніше. Просто поверніть камеру смартфона на невідому іконку і «переведіть» її в зрозумілий текст (наприклад, Wikitude або додаток Layar). Сьогодні такі послуги також доступні для перекладу особистого контенту з урахуванням слів і діалектів. Великі готельні мережі активно використовують віртуальну реальність на своїх сайтах у своїй діяльності. Вони це забезпечують для того щоб клієнти змогли отримати доступ до готельних номерів та інфраструктури (переваги сильного бренду).

Окрім віртуальної, у цій галузі є технології доповненої та гібридної реальності туризм також використовує бізнес, послуги та інші технології. Так, у багатьох європейських містах з'явилися хостели з автоматичним заселенням і виселенням (Hostel Dalagatan). Мандрівникам видають так звані «розумні» сумки, щоб відстежувати їхню подорож — нині існують сумки з різним дизайном. Samsonite працює з Samsung над концепцією, заснованою на мікрочіпах, вбудованих у багаж (Goorwich, 2015).

Він повідомляє власника про своє місцезнаходження та сигналізує про будь-яку спробу атаки. Ще одна ідея від цієї компанії – сумка для

самостійної реєстрації або смарт-сумка, яка вже давно поширена серед мандрівників. На ремінці вбудована вага вимірює вагу, потім «розумна» валіза надсилає код на смартфон власника, звідки ви можете забрати свої речі. Ці ідеї використовують такі компанії, як «Rimowa», «Bluesmart» (Irish Examiner, 2016) та інші.

Для туристів є сервіси, які допомагають спланувати поїздку. Програми на основі штучного інтелекту, наприклад Travel Genome тощо, можуть стати персональними турагентами в кишені. Вони збирають інформацію з різних пошукових систем із фотографіями та відео, оглядами та путівниками, пропозиціями авіакомпаній та готельних мереж. Користувач вводить запит з потрібного йому пункту призначення, а додаток створює персоналізовану пропозицію: нейромережа запам'ятовує вподобання користувача, враховує фінансові аспекти та пропонує індивідуальний маршрут.

У сервісі можна порівняти ціни на авіаквитки, орендувати житло, оплатити екскурсії, переглянути список розважальних закладів, поточні події. А також оптимізувати умови навколишнього середовища на основі цих параметрів (температура, рівень шуму, освітлення, температура води). Одним із технологічних рішень, які готелі встановлюють для своїх гостей, є Smart look. «Розумні» пристрої, підключені до Інтернету, дозволяють відкривати та замикає двері автоматично або за розкладом. Управління може здійснюватися самостійно або за допомогою голосового помічника. Гості навіть можуть отримати повідомлення про відкриття дверей квартири чи кімнати. Щодо переваг самого готелю, то «розумні» датчики можуть попереджати про знос обладнання, витік води чи газу, наявність пошкоджених продуктів на складі тощо. Якщо зловмисник проникає без дозволу, система безпеки може самостійно звернутися до поліції.

Також серед туристів стали популярними чат-боти, які дозволяють вибрати та забронювати тур. Чат-боти засновані на технології штучного інтелекту та можуть спілкуватися з клієнтами простим способом. Для користувачів цей інструмент зручний тим, що дає можливість

швидко отримати доступ до довідки чи інформації підтримки, а для компаній тим, що знімає частину навантаження з кол-центру. Наприклад, Hyatt Hotels використовує чат-боти для Facebook Messenger з листопада 2015 року (Dua, 2015). Автоматизовані консультанти від канадської компанії SnapTravel спілкуються з клієнтами щодо пошуку та бронювання турів, а люди-оператори підключаються лише тоді, коли користувач відчуває проблеми (Snap Travel).

Ще одна технологія, яка може полегшити життя відвідувачів, — це бібліотека розподілу блокчейнів. Він повільно проникає в усі сектори, і туризм не відрізняється, але все ще час говорити про його широке використання. У той же час блокчейн може вирішити багато проблем для туристів, таких як аеропорти, вокзали, порти, точки входу та отримання багажу. Технологія біометричного розпізнавання вже використовується в аеропортах - Пасажири використовують біометричні дані, щоб значно збільшити швидкість входу (Youd, 2021) Слід зазначити, що інформаційні системи (IS) є важливими та широко поширеними в індустрії туризму. Такі як комп'ютерна графіка та обчислювальні системи. Найпопулярнішими на міжнародному туристичному ринку є системи Sabi, Amadeus, WorldSpan і Galileo. Мандрівники часто купують авіаквитки та бронюють готелі на Booking.com за допомогою сервісу SkyScanner. Є й інші програми.

Доступ до важливих проїзних документів: Так, Tripins Insurance дозволяє оформляти поліси за лічені хвилини, тому менеджери туристичного бізнесу дозволяють надавати різні послуги. Зазвичай його можна розділити на шість представлених послуг: обслуговування клієнтів, реклама, підтримка даних, обробка платежів, документація, витрати на впровадження. Туристичні компанії, які намагаються конкурувати на туристичному ринку, навряд чи можуть підвищити свою ефективність, звертаючи увагу на новітнє програмне забезпечення для управління подорожами, особливо враховуючи те, що бажання скористатися цифровими перевагами є нереальним не лише для туристичної галузі, а й для туристів. З розвитком соціальних медіа та відео

мандрівники хочуть заздалегідь знати, чого очікувати під час подорожі: досвід 3D-перельоту, можливість знайти місце перед покупкою квитка. Дім тощо. – Все це допомагає контролювати потреби клієнтів. Пропонуються нові технології, щоб надати туроператорам більше даних, особливо технологія NDC (New Distribution Capacity), яка вже реалізована в авіакомпаніях, готелях та інших туристичних галузях по всьому світу.

Більше можливостей з меншими зусиллями – головні очікування сучасних туристів. Як споживачі технологій на всіх етапах життя, вони очікують легкості у виборі подорожей. Для них важливо мати повну інформацію про всі параметри, коли вони натискають кнопку на будь-якому пристрої. При цьому висока вимогливість до економічності - величезну роль відіграє адаптивність і надійність джерела. Від туроператорів вимагається знайти способи залишатися конкурентоспроможними та надавати послуги високої якості. Важливим фактором розвитку туризму є особистий підхід: сучасність мандрівники очікують рекомендацій на основі своїх особистих уподобань і минулого досвіду. З цієї причини авіакомпанії, готелі, туристичні агентства та інші учасники ринку шукають способи отримати якомога більше інформації про своїх клієнтів, оскільки передбачення потреб потенційних мандрівників має вирішальне значення. Проблема з передбачуваністю та опором полягає в тому, що їх майбутня форма може бути пов'язана з великими даними, які є програмою, яка поєднує штучний інтелект з блокчейном IoT та іншими потужними інструментами.

Технологічні рішення дозволяють не тільки підвищити ефективність робочих процесів, зменшити кількість помилок і збоїв, але й задовольнити зростаючі потреби клієнтів. Крім того, новітні технології забезпечують комплексний підхід, оскільки індустрія туризму стає якісно іншою: максимально доступною для туристів і тих, хто наживається на туристичному ринку. Подальший технологічний прогрес зменшить стрес для мандрівників під час відпустки та дозволить їм повністю зануритися у свою подорож. Світ змінюється, і використання інтелектуальних пристроїв або

спеціальних програм означає можливість насолоджуватися зручністю, яку пропонують інновації та найсучасніші послуги. Об'єднання зусиль усіх учасників індустрії туризму має важливе значення, щоб надати мандрівникам унікальний і позитивний досвід під час подорожі. Затримки рейсів або проблеми з доїздом з аеропорту до готелю можуть викликати у мандрівників погане самопочуття. Справа не лише в обслуговуванні, це частина поїздки. Співпраця постачальників і постачання «матеріалів» сприяють розвитку всієї галузі.

Ключові світові та європейські тенденції цифрової трансформації гостинності та туризму. Ці тенденції можна розглядати як трансформацію бізнесу в цифрові технології для оптимізації та автоматизації бізнес-процесів, прискорення операцій, підвищення конкурентоспроможності та покращення відносин із клієнтами. Загалом оцифрування та цифровізація є важливими тенденціями в індустрії гостинності та туризму для підвищення ефективності та забезпечення кращого досвіду відвідувачів.

Сьогодні цифрові технології широко використовуються в готельному бізнесі, тим більше, що багато готельних компаній впровадили спеціальні програмні продукти. Система автоматизації роботи співробітників відділу продажів, які відповідають за управління роздрібними продажами, планування зустрічей з партнерами і клієнтами, моніторинг робочого графіка співробітників і полегшення виконання різноманітних завдань в компанії;

Система управління програмами лояльності, що дозволяє компанії створювати спеціальні стимули для постійних відвідувачів, такі як клубні та дисконтні карти, преміальні сертифікати та ін.

Система управління подіями в готелі, за допомогою якої можна планувати завантаження окремих номерів готелю (конференц-зали, бальні зали, ресторани та бари).

Варто зазначити, що готельні компанії постійно змінюються та розвиваються, таким чином впроваджуючи різні цифрові «дані», які приваблюють клієнтів та спонукають їх до покупки. Сьогодні використання

мобільних додатків готелями є більш зручним та актуальним для клієнтів. А Alft у готелях і курортах Starwood по всьому світу дозволяє гостям готелю відмикати двері своїх номерів за допомогою мобільного додатку.

Деякі готельні підприємства використовують розпізнавання голосу та мовлення, щоб допомогти гостям виконати їхні запити: замовити їжу/напої, змінити налаштування номерів, прибрати тощо. Так, The Wing Hotel Las Vegas легко задовольняє потреби гостей, використовуючи Amazon Echo для керування освітленням, опаленням, музикою та системами в номерах.

Вивчаючи успішні готельні компанії з великим потенціалом, ми дійшли висновку, що провідним каналом для просування готельних і ресторанних послуг в цифровому середовищі є місце розташування закладу, а для зворотного зв'язку з користувачами – система інтернет-бронювання (booking.com), TripAdvisor) та спільно працюють організації індустрії гостинності в соціальних мережах, активно керують сторінками та будують стосунки з потенційними клієнтами.

За останні 10 років поширилася тенденція цифровізації всіх елементів ресторанного бізнесу: онлайн-маркетингу, реклами, виробничого процесу, доставки їжі і навіть виробництва, яке називають харчовими технологіями. Використання цифрових технологій дозволяє організаціям залучати та утримувати більше клієнтів, підвищувати ефективність рекламних кампаній та покращувати якість обслуговування клієнтів гостинності.

Наявність Wi-Fi і власного сайту в кафе і ресторанах вже не вражає. Техніки просування сайту в соціальних мережах стають все більш популярними, оскільки кількість потенційних клієнтів стрімко збільшується завдяки якісним і яскравим зображенням, рекламі, акціям і святкам. Однак технологія безготівкової оплати за допомогою QR-кодів зазвичай є важливою особливістю успішних сучасних ресторанів, надаючи клієнтам пошук, вибір, швидкість і безпеку платежів [4, с.76].

На даний момент немає закладу, який би не використовував хмарне програмне забезпечення: «POS-система», «Р-Кіпер», «1С:Підприємство 8. Ресторан», «СОТА Каса», «Кашалот». Це може вирішити багато проблем:

- захистити усі реєстрації підприємств;
- надавати точну інформацію;
- покращити робочий час співробітників.
- оптимізація витрат і моніторинг ефективності роботи співробітників.

Автоматизація процесів управління ресторанним бізнесом сприяє зростанню доходів, покращує стратегії розвитку бізнесу та оптимізує команди обслуговування клієнтів.

Переваги оцифрування туристичних послуг:

- Підвищення ефективності: цифрові технології можуть допомогти туристичному бізнесу автоматизувати завдання, зменшити витрати та покращити роботу;
- Збільшення доходів: цифрові технології можуть допомогти туристичним підприємствам збільшити продажі, залучити нових клієнтів і утримати існуючих;
- Покращене обслуговування клієнтів: цифрові технології допомагають туристичним агентствам надавати кращі та більш персоналізовані послуги своїм клієнтам;
- Розширення ринку: цифрові технології можуть допомогти туристичним підприємствам охопити більше клієнтів і вийти на нові ринки.

Проблеми, які постають перед цифровою трансформацією послуг індустрії туризму:

- Високі витрати: впровадження цифрових технологій може бути дорогим для малого та середнього бізнесу;
- потрібен кваліфікований персонал. Туристичні організації потребують кваліфікованих кадрів для використання цифрових технологій;

- Кібербезпека: туристичні компанії повинні вживати заходів для захисту інформації клієнтів від кібератак;
- Зміна поведінки споживачів: цифрові технології змінюють поведінку споживачів і туризм.

Розглядаючи цифрові технології, важливо враховувати всі переваги та виклики для туристичного бізнесу. Для цифрового успіху необхідно розробити конкретні стратегії, вибрати правильну технологію, інвестувати в навчання робочої сили, забезпечити кібербезпеку.

Неминучим трендом розвитку туризму є електронний формат. Організації, які не використовують цифрові технології, можуть втратити свою конкурентну перевагу. Поява цифрових технологій позитивно вплинула на розвиток туризму. Сучасна індустрія туризму — це глобальна галузь, яка стикається з можливостями цифровізації та трансформації. Компанія співпрацює з гравцями туристичної галузі: авіакомпаніями, мережами готелів та іншими групами, які надають послуги міжнародних подорожей по всьому світу.

Поява нових технологій у життєвому циклі транспортної галузі сприяє підвищенню якості послуг, а також навчанню та розвитку технічних систем. Завдяки цифровим можливостям вони працюють 24 години на добу і коштують людям багато часу та грошей. Сучасне туристичне агентство, яке використовує інформацію, цифрові технології та інновації у своєму бізнесі, закладає основу для майбутнього та ефективно та прибутково управляє операціями.

Сьогодні в індустрії туризму з'являється багато нових можливостей. Ці поїздки вважаються частиною туристичного ринку, вони є важливою діяльністю, вони навчають і навчають, тобто туризм. Це урок особистого життя. Крім того, поїздка може бути подорожжю зі спеціальною інфраструктурою. Розвиток цифрових інновацій високого рівня сьогодні є одним із ключових драйверів конкурентоспроможності національної економіки. Застосування цифрових інновацій – це специфічна економічна, соціальна та

культурна система, заснована на застосуванні цифрових інформаційних технологій. Цифрова інфраструктура передбачає перехід від ручної передачі інформації до цифрової. У порівнянні з традиційними фінансами цифрові можливості зменшують транзакційні витрати та підвищують продуктивність працівників, створюючи нові можливості для отримання прибутку для багатьох компаній.

Таким чином, вираження цифровості туризму приймає багато форм, включаючи онлайн-купівлю готових подорожей туристичними операторами, а також розробку та використання мобільних додатків, серед іншого, для туристів, Self-DriveDigitalization.. Вони створюють подорож, створюючи онлайн-школи для початківців.

У майбутньому, цифровий туристичний маркетинг сприятиме міграції традиційного туристичного бізнесу з офлайн-офісами, створенню подорожей за критеріями, встановленими індивідуально кожним окремим клієнтом, і, отже, вигідній конкуренції. Спис присуджується туристичним агентствам, які здатні посилити адаптацію до умов надання туристичних послуг клієнтам, перетворюючи їх із потенційних проміжних клієнтів не лише на лояльних, а й на довготривалих. Забезпечуючи довгострокове виживання на основі постійно високих норм прибутку.

Ще один спосіб трансформації цифрового туризму – просування онлайн-туризму через соціальні мережі, засоби масової інформації, ініціативи місцевої влади та підтримку окремих проектів. Цифровізація принесе більшу прозорість маркетингу туризму. Звісно, є питання щодо можливих моделей дій для започаткування процесу «цифрового переходу» в окремих сферах туризму та рекреації. Вибір найкращої альтернативи в основному залежить від цілей, поставлених основною темою розвитку туризму, та стану розвитку цифрових технологій у певній місцевості. При цьому можна виділити принаймні три моделі: центральну модель, внутрішню модель і внутрішню операційну модель. Незалежно від обраної моделі, поява цифрових технологій, таких як блокчейн, системи метапошуку, GDS тощо, серйозні зміни в індустрії туризму, серйозні

зміни в бізнес-моделях туроператорів і зміни в системах управління туризмом загалом. стандартів, включаючи регіональні стратегії розвитку туризму та відповідні інструменти проектування. "Усі найкращі практики змінюються, і всі компанії переглядають свою роль і сферу діяльності.

Є виклики та можливості, але конкуренція в кожному секторі та кожному напрямі кардинально змінилася". Відмінною рисою цифрового туристичного маркетингу є висока важливість інформаційного відділу, відповідний обсяг і тип інформаційного потоку та необхідність ітераційного оновлення. І обмінюватися даними дуже швидко. Працюємо над усіма темами туристичної індустрії. Цифровізація змінила традиційні ролі виробників і споживачів туризму, створивши цифрові системи, які створили нові ролі, відносини, бізнес-моделі та можливості. Мобільність збільшила різноманітність і широту продуктів, послуг і досвіду, а необхідна робота збільшила швидкість фінансових операцій, знання ринку та оперативність.

Це вимагає від туристичних операторів розробки та використання нових видів послуг, які можуть відрізнятися, створюючи таким чином нову споживчу цінність, наприклад: повне обслуговування за рахунок збільшення додаткових послуг. Розробка та вдосконалення підтримки клієнтів після продажу; Знайомство з міжнародними стандартами обслуговування. Завдяки можливості гнучкої упаковки універсальний конструктор для створення будь-якого туру дозволяє не тільки замовляти за кілька хвилин, але й оплачувати послуги та замовляти квитки на певних умовах. Однак через пропозиції та розміщення транспортних компаній ціна турпакетів часто нижча, ніж послуги, які бронюються окремо на веб-сайті постачальників туристичних послуг.

Згідно з дослідженнями у сфері туристичних послуг, переваги споживачів, такі як вибір короткого часу подорожі, особистих поїздок (переважно поїздок на автомобілі) та індивідуальних варіантів проживання, оздоровчий та сільський туризм стануть поширеними. Останні тенденції призвели до швидких змін у бажаннях і запитах туристів, до прискорення впровадження Інтернет-технологій і посилення уваги до таких аспектів

організації дозволя, як здоровий спосіб життя, повноцінне використання безготівкових та безконтактних платежів та засобів адресної доставки. Враховуючи тенденцію до небезпечних умов та зміни туристичних уподобань, розвиток місцевого туризму необхідно підтримувати на всіх рівнях, що дозволить не лише відродити туристичну галузь, а й зменшити негативний вплив регіону. Епідемії також були основою для посилення регіональної конкуренції на ринку туристичних послуг.

Міжнародні організації та уряди різних країн активно розробляють і використовують інструменти та методи підтримки туризму різними способами: Фінансова допомога, Фінансові заходи варіюються від прямої фінансової допомоги до списання боргів., простота продержавних законів, запровадження прав пасажирів і нових маршрутів, розроблення програми та проектів підтримки галузі, впровадження інформаційно-комунікаційних платформ.

Сучасні туристи обирають напрямки просто через можливість визначних пам'яток, пам'яток культури, красивих місць або ресторанів призначення. Де побувати і як відвідати цікаві місця. Таким чином, туризм повинен мати деякі характеристики «розумного» сектору [3], такі як наявність сучасних методів комунікації та простих у користуванні мобільних додатків для представлення захоплюючих функцій і нових речей, які можуть викликати інтерес відвідувачів і заповнити їх з багатьма враженнями. Тому зараз дуже важливо вбудовувати цифрові технології в інфраструктуру.

У той же час рівень цифровізації туристичної інфраструктури необхідно оцінювати по-різному, корисні лічильники та розумні світлофори, мобільні додатки для туристів і використання нових технологій в аеропортах і музеях. Наприклад, технологія VR дозволяє подорожувати не виходячи з дому, багато туроператорів пропонують екскурсії «цифровими» пам'ятками, а також віртуальні тури, коли користувач має персонального гіда, який розповідає про ландшафт.

Крім віртуальної реальності, доповнена реальність, програми, сервіси та інші технології також використовуються в туристичному секторі. Так, у багатьох європейських містах з'являються пансіонати з автоматичним заселенням і виїздом. Туристичний конкурс включає в себе методи та інструменти для полегшення доступу до послуг і покращення досвіду користувачів.

1.2. Основні методи цифровізації підприємств туризму

Основні методи цифровізації включають:

1. Онлайн бронювання. Онлайн бронювання - Інтерактивне онлайн-замовлення. Це стосується бронювання готелів, квитків (на літак, потяг, автобус тощо), місць у ресторанах і кінотеатрах, оренди автомобілів тощо. Система онлайн-бронювання дозволяє клієнтам отримувати актуальну інформацію про наявність і ціни готелів, ресторанів, туристичних пакетів та інших послуг. Бронювання та пошук готелів, авіаквитків, турів та інших послуг онлайн.

2. Розробка мобільних додатків. Мобільні додатки – це додатки, розроблені для смартфонів. Мобільні додатки можна розробляти для iOS і Android окремо або одночасно для обох платформ. Поява мобільних додатків дозволяє мандрівникам легко бронювати готелі, туристичні квитки, екскурсії та інші послуги, а також отримувати доступ до інформації про місцевий транспорт і туристичні пам'ятки.

3. Використання віртуальної реальності (VR). Віртуальна реальність (VR, віртуальна реальність, VR, віртуальна реальність) — це технічно створений світ, який спілкується з людиною за допомогою її органів чуття, наприклад зору. Бачить, чує, доторкається тощо. Віртуальна реальність це ілюзія реальності, створена за допомогою комп'ютерних систем для надання зображень, звуків та інших відчуттів. VR-пристрої дозволяють мандрівникам побачити світ туризму перед поїздкою. Відвідати справжні пам'ятки та

маршрути, щоб отримати реалістичну перспективу. Створити безпечніші подорожі за допомогою віртуальної та доповненої реальності.

4. Використання Інтернету речей (IoT). IoT дозволяє компаніям відстежувати місцезнаходження своїх відвідувачів. Використовуйте розумний браслет, щоб контролювати цікаві дії. Інтернет речей (IoT) — це мережева концепція, що складається з фізичних пристроїв, з'єднаних датчиками та програмним забезпеченням, які забезпечують передачу та обмін інформацією. Автоматизовані системи між фізичним світом і комп'ютерними системами за допомогою стандартних протоколів зв'язку Використання Інтернету речей (IoT) для побудови інфраструктури для «розумних» готелів і туристичних міст.

5. Персоналізовані пропозиції. Створюйте персональні пропозиції використовуючи аналітику, штучний інтелект і машинне навчання. Компанії можуть створювати персоналізовані пропозиції та рекомендації для кожного відвідувача на основі їхніх уподобань і потреб.

6. Створення чат-ботів. Чат-боти дозволяють автоматизовано відповідати на запити клієнтів, забезпечуючи швидке та ефективне спілкування через веб-сайти або мобільні програми. Чат-бот — це комп'ютерна програма, яка використовує машинне навчання та технологію нейронної мережі, яка може спілкуватися за допомогою голосу чи тексту. Чат-бот використовується для виконання певного завдання (наприклад, отримання контекстної інформації, виконання обчислень) або для розваги.

7. Використання аналітики та великих даних. Збір та аналіз даних про поведінку подорожуючих допомагає виявити нові тенденції та розробити ефективні стратегії управління маркетингом, щоб компанії могли покращити свої послуги. Великі дані в інформаційних технологіях — набір даних (структурований і неструктурований), який настільки ж великий, як традиційні методи та практики. (Здебільшого базується на бізнес-аналітиці та системних рішеннях для керування базами даних) Використовується для дослідження туристичних тенденцій та інтересів. При аналізі прогнозних

даних ці заходи можуть допомогти розширити туристичний бізнес, залучити більше клієнтів і підвищити ефективність подорожей.

Висновок до 1 розділу. Отже, можна зробити загальний висновок до першого розділу, що сьогоdnішній туризм характеризується високим рівнем цифрової ефективності. Він пропонує технології, практики та інструменти, які забезпечують цифрову трансформацію. Додавання вартості туристичних продуктів, особливо якщо говорити про довгострокову перспективу.

З вербальної точки зору можна розглянути передумови виникнення «інтелекту». Такий зміст буде: «Зробіть світ майбутнього більш складним і персоналізованим споживачем, він спрямований безпосередньо на потреби мандрівників, які сповнені культурних подорожей». Транспорт та інші аспекти «розумного міста» стануть новим способом розвитку туристичної галузі. Але впровадження нової техніки тільки тоді буде успішно.

У такому випадку, якщо розглядати специфіку індустрії туризму послуги, що продаються та використовуються на місцевому рівні, продаються, а прибуток локалізується і процес споживання визначається нормами місця тимчасового перебування туриста. Це свідчить про те, що вони досягли хороших результатів у цифровізації туризму. Необхідно розвивати комплексний розвиток відповідно до туристичного потенціалу країни.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ТУРОПЕРАТОРА «JOIN UP»

2.1. Характеристика організаційно-економічної діяльності туристичного підприємства «JOIN UP»

Join UP! — українська багатoproфільна туристична компанія зі штаб-квартирою в Києві. Це одна з найбільших туристичних компаній України. Компанія була заснована як туристичне агентство в 2001 році.] У 2010 році компанія отримала статус туроператора. Потім компанія відкрила філії в Запоріжжі, Харкові, Одесі, Дніпрі та Львові. У 2014 році вийшла на ринки Молдови та Азербайджану, відкрила представництва в Кишиневі та Баку.

Вивчення засновницьких документів та організаційно-правових засад його діяльності. Статут підприємства Join Up. Повна назва: ТОВ "Джойн Ап"; Юридична адреса: 01032, м. Київ, вул. Мечникова, буд.16, каб.300; Фізична адреса: 01032, м. Київ, вул. Мечникова, буд.16, каб.300.

Загальні положення. Компанія була заснована з метою отримання прибутку. Абревіатура компанії: ТОВ «ДЖОЙН АП». Метою діяльності компанії є отримання прибутку.

Діяльність компанії полягає в наступному: організація та проведення туристичної діяльності; бронювання готелів, авіаквитків та квитків на інші види транспорту; надання інформаційно-консультаційних послуг з питань туризму; інші види діяльності, не заборонені законодавством України.

Капітал. Статутний капітал товариства становить сто тисяч (100 000) гривень. Статутний капітал товариства поділено на 100 (сто) акцій номінальною вартістю 1000 (одна тисяча) гривень кожна.

Члени громади. Учасниками громади можуть бути фізичні та юридичні особи. Члени асоціації зобов'язані: вносити внесок до статутного капіталу товариства, нести відповідальність за зобов'язаннями товариства в межах внесків.

Управління компанією: компанією керують: Загальні збори членів товариства, директор. Вищим органом управління Асоціації є Загальні збори членів товариства. Керівництво поточними справами товариства здійснює директор.

Прибутки та їх використання. Чистий прибуток товариства розподіляється між учасниками товариства пропорційно їх часткам у статутному капіталі товариства.

Діяльність товариства може бути припинено за рішенням загальних зборів учасників товариства або у випадках, передбачених чинним законодавством України.

Основні види господарської діяльності. Згідно з їх веб-сайтом, Join Up займається наступною діяльністю:

- Подорожі: Join Up — це туроператор, який пропонує широкий спектр туристичних послуг, включаючи туристичні пакети, авіаквитки, готелі, транспорт, екскурсії та страхування.
- Онлайн-бронювання: у Join Up є веб-сайт і мобільний додаток, які дозволяють клієнтам бронювати подорожі онлайн.
- Персоналізація: Join Up пропонує персоналізовані рекомендації та послуги своїм клієнтам на основі їхніх попередніх відвідувань і вподобань.
- Автоматизація: Join Up використовує автоматизацію для підвищення ефективності та обслуговування клієнтів.
- Штучний інтелект: Join Up використовує штучний інтелект для створення персоналізованих рекомендацій, прогнозування попиту та оптимізації цін.

Соціальні мережі: Join Up використовує соціальні мережі для просування своїх продуктів і послуг, а також для спілкування з клієнтами.

- Кібербезпека: Join Up вживає заходів для захисту інформації своїх клієнтів від кібератак.
- Співпраця: Join Up співпрацює з іншими компаніями туристичної галузі для розробки спільних продуктів і послуг.

Інновації: Join Up постійно шукає нові цифрові технології та інновації.

Навчання співробітників: Join Up навчає своїх співробітників роботі з новими цифровими технологіями.

Організаційно-правова форма господарювання JoinUp. Форма власності: Товариство з обмеженою відповідальністю.

Ось деякі з ключових особливостей ТОВ:

- Юридична особа: Товариство з обмеженою відповідальністю має статус юридичної особи, що означає самостійну відповідальність за свої зобов'язання.
- Обмежена відповідальність: Відповідальність учасників товариства з обмеженою відповідальністю обмежується розміром їх внеску до статутного капіталу.
- Статутний капітал: товариство з обмеженою відповідальністю має статутний капітал який поділений на частки.
- Члени: ТОВ може мати одного або кількох членів.
- Керівництво: ТОВ керує менеджер, обраний учасниками.
- Податки: ТОВ сплачує податки на прибуток та інші податки відповідно до чинного законодавства України.

Тип Join Up за кількістю працівників (табл.2.1.)

Таблиця 2.1

Тип Join Up за кількістю працюючих у 2020, 2021, 2022, 2023 роках

Рік	Кількість працюючих	Тип підприємства
2020	143	Середнє
2021	134	Середнє
2022	121	Середнє
2023	121	Середнє

Джерело: розраховано автором за даними звітності підприємства

Загалом товариство з обмеженою відповідальністю є достатньо ефективною організаційно правовою формою для Join Up. Спираючись на дані з таблиці, можна побачити, що Join Up протягом 2020-2023 років залишається середньою галуззю за кількістю працівників. Спостерігається невелике

скорочення: кількості працівників з 143 у 2020 році до 121 у 2020 році. Для цього може бути декілька причин: вплив пандемії COVID-19 на індустрію туризму; автоматизація деяких процесів; зміна стратегії розвитку компанії; військові дії на території України. Тип Join Up за розміром доходу:

Таблиця 2.2

Тип Join Up за обсягом доходів у 2020, 2021, 2022, 2023 роках

Рік	Дохід, млн. грн	Тип підприємства
2020	3,8	Велике
2021	2,8	Велике
2022	2,3	Велике

Джерело: розраховано автором за даними звітності підприємств

Проаналізувавши таблицю можна побачити що Join Up протягом 2020-2022 років так і залишалося великим підприємством за обсягом доходів.

Спостерігається зниження доходів з 3,8 млн грн у 2020 році до 2,3 млн грн у 2022 році. Це пов'язано з деякими факторами. Такими як: вплив пандемії COVID-19 на туристичну галузь, зміна економічної ситуації в Україні, зміна стратегії розвитку компанії. Тип Join Up за вартістю активів

Таблиця 2.3

Тип Join Up за вартістю активів у 2020, 2021, 2022, 2023 роках

Рік	Вартість активів	Тип підприємства
2020	1,3	Велике
2021	1,2	Велике
2022	1,1	Велике
2023	1	Велике

Джерело: розраховано автором за даними звітності підприємств

Як видно з таблиці, Join Up протягом 2020-2023 років залишалося великим підприємством за вартістю активів. Спостерігається незначне зниження вартості активів з 1,3 млн грн у 2020 році до 1,0 млн грн у 2023 році. Це знову ж таки пов'язано с такими факторами , як: вплив пандемії

COVID-19 на туристичну галузь, зміна економічної ситуації в Україні, і. інвестиції в нові активи.

Характеристика господарсько-економічної діяльності. Компанія була заснована в 2001 році. Спочатку туристична компанія продавала туристичні пакети преміум-класу перспективним туроператорам, таким як Tartes, TEZ Tours і Karma Tours. 3 жовтня 2010 року, коли було відкрито перший магазин у Дубаї, почав працювати як туроператор. Основні напрямки діяльності підприємства:

- організація поїздок до країн світу;
- бронювання авіаквитків, перельотів та інших туристичних послуг;
- продаж туристичного спорядження та приладдя;
- надання консультацій з питань туризму.

ТОВ «Джойн Ап» має 6 філій в Україні: Київ, вул. Мечникова, 16, каб.300; Забрізька вул. Соборний майдан, 17, каб.301; м. Харків, вул. Сумська, 62, офіс 10; Одеса, вул. Преобразинська, 11, каб.201; Дніпро, вул. Набережна Заводська, 11, каб.10; Львів, вул. Шевченка, 12, офіс 10

Філії компанії пропонують широкий спектр туристичних послуг, серед яких: організація поїздок до країн світу, бронювання авіаквитків, перельотів та інших туристичних послуг, продаж туристичного спорядження та приладдя, надання консультацій з питань туризму.

Розташування філій компанії в центрі найбільших українських міст забезпечує легкий доступ для туристів. У філії працюють спеціалізовані фахівці, які мають досвід, щоб допомогти вам вибрати ідеальну подорож та провести дуже добре час.

Окрім філій в Україні, ТОВ «Джойн Ап» також має філії в інших країнах світу: Молдова, Литва, Естонія.

Основні види туру Join Up:

1. **Пляжні тури:** Найпоширеніший вид туру Join Up. Пропонується на курортах Туреччини, Єгипту, Греції, Кіпру, Іспанії, Домініканської Республіки, Таїланду та інших країн. Включає авіаквитки, проживання в готелі, харчування, транспорт і страхування.

2. **Екскурсійні поїздки:** Чудовий спосіб дізнатися про нову країну та її культуру. Знайомство з країнами світу, включаючи Європу, Азію, Африку та Америку. Включає перельоти, проживання в готелі, харчування, трансфери, страхування та туристичні пакети.

3. **Лижні тури:** Ідеальний вибір для любителів активних розваг. Пропонується на курортах України, Європи та Північної Америки. Включає переліт, проживання в готелі, харчування, трансфери, страховку та оренду лиж.

4. **Гастрономічні тури:** Чудовий спосіб дізнатися про кулінарні традиції різних країн світу. Поширені в Італії, Франції, Іспанії, Грузії, Таїланді та інших країнах. Включають переліт, проживання в готелі, харчування, трансфери, страхування та дегустацію.

5. **Тури вихідного дня:** Чудовий варіант для тих, хто хоче відпочити на вихідних. Пропонуються у різних містах України та Європи. Включає перельоти/трансфери, проживання в готелі та харчування.

6. **Екзотичні тури:** Гарний вибір для тих, хто хоче побачити щось нове та незвичайне. Пропонується в такі країни на Мальдіви, Сейшельські острови, Занзібар, Домініканську Республіку та Мексику. Включають перельоти, проживання в готелі, харчування, трансфери, страхування та екскурсії.

7. **Автобусні тури:** Бюджетні варіанти подорожей. Пропонуються в різних містах Європи. Включають проїзд автобусом, проживання в готелі, харчування та страхування.

8. **Круїзи.** Незвичайний вид відпочинку, який дозволяє побачити декілька країн за одну подорож. Пропонується в Середземному, Карибському, Балтійському та інших морях. Включають проживання, харчування, розваги та екскурсії на борту.

Join Up також пропонує: тури для молоді, тури для сімей з дітьми, тури для людей похилого віку, тури для людей з обмеженими можливостями, VIP тури.

Аналіз співпраці з підприємствами-партнерами. Співпраця Join Up з Visa Support. Join Up пропонує своїм клієнтам широкий спектр візових послуг, зокрема:

- консультації з візових питань, підготовка пакетів документів, запис на подачу документів, допомога у візових центрах; долучилась співпраця з транспортом; партнери Join Up пропонують різноманітні види транспорту, щоб забезпечити комфортну та безпечну подорож для клієнтів; авіап перевезення, автобусні перевезення, залізничні перевезення; співпраця зі страхуванням: Join Up співпрацює зі страховою компанією ERV (Європейське туристичне страхування), щоб забезпечити клієнтам якісний страховий захист під час поїздки.

Засоби розміщення Join Up:

Join Up пропонує широкий вибір житла на будь-який смак, гаманець, від бюджетних хостелів до розкішних готелів. Ось деякі з типів розміщення, які пропонує Join Up:

- Готелі: Join Up пропонує готелі різних категорій від 3 до 5 зірок.
- Апартаменти: Join Up пропонує апартаменти з кухнею або міні-кухнею, яка підходить для сімей або великих груп.
- Вілли: Join up пропонує вілли з приватними басейнами та садами, які ідеально підходять для усамотненого відпочинку.
- Хостели: Join Up пропонує хостели для бюджетних мандрівників, які шукають доступні варіанти розміщення.

Харчування Join Up. Join Up пропонує клієнтам різноманітні варіанти харчування на будь-який смак і бюджет. Ось деякі з пропозицій харчування, які пропонує Join Up:

- ВВ (сніданок включений): цей варіант харчування включає сніданок у готелі.

- НВ (напівпансіон): цей варіант харчування включає сніданок і вечерю в готелі.

- FB (повний пансіон): цей варіант харчування включає сніданок, обід і вечерю в готелі.

- АІ (все включено): цей варіант харчування включає сніданок, обід і вечерю, а також закуски та напої протягом дня. Join Up також пропонує спеціальне дієтичне меню, дитяче меню та вегетаріанське меню.

Вивчення асортименту наданих туристичних послуг відповідно до контингенту споживачів Join Up. Щоб краще зрозуміти потреби своїх клієнтів, Join Up сегментує його на такі сегменти:

- Сімейний відпочинок: У цю групу входять сім'ї з дітьми різного віку. Join Up організовує для них тури, які включають проживання в готелі з дитячим клубом, анімацію, дитяче харчування, а також цікаві екскурсії для всієї родини.

- Молодіжні розваги: до цієї групи входять молоді люди, які шукають активних і цікавих розваг. Join Up забезпечує їм екскурсії, походи, дайвінг, серфінг, вечірки та інші розваги.

- Розваги для людей похилого віку: до цієї групи входять люди похилого віку, які шукають спокійного та комфортногівідпочинку. Join Up дозволяє здійснювати поїздки в санаторії, пансіонати і курорти з термальними джерелами, а також поїздки, які не потребують великих фізичних зусиль.

- Романтичний відпочинок.У цю групу входять пари, які шукають незабутнього романтичного відпочинку. Join Up пропонує їм поїздки на мальовничі курорти, так і екскурсії на двох, спа-процедури та інші розваги.

- VIP-тури: до цієї групи входять люди, які шукають ексклюзивний та розкішний відпочинок. Join Up дає їм право на проживання в п'ятизірковому готелі, приватний транспорт, ексклюзивні та приватні тури з іншими VIP-послугами.

*Вивчення асортименту наданих туристичних послуг Join Up відповідно до мети подорожі.*Join Up пропонує широкий спектр туристичних

послуг, які можна розділити на наступні категорії в залежності від мети поїздки:

1. Відпочинок на морі:

- **Пляжні екскурсії:** Join Up пропонує пляжні тури до таких країн світу, як Туреччина, Єгипет, Греція, Кіпр, Домініканська Республіка, Мексика, Таїланд тощо.

- **Круїзи:** Join Up пропонує круїзи Середземним морем, Карибським морем, Атлантикою та іншими водними регіонами.

- **Оглядові тури:** Join Up пропонує оглядові тури з відвідуванням історичних місць, природних пам'яток, музеїв та інших визначних місць.

2. Активні розваги:

- **Гірськолижний відпочинок:** Join Up пропонує тури до гірськолижних подорожей до країн світу, таких як Україна, Австрія, Італія, Франція, Швейцарія та Андорра.

- **Сноубординг:** Join Up пропонує подорожі на сноуборді до країн світу, таких як Україна, Австрія, Італія, Франція, Швейцарія та Андорра.

Піші прогулянки: Join Up пропонує туристичні походи Карпатами, Кримом, Україною та іншими мальовничими місцями світу.

- **Велотури:** Join Up пропонує велосипедні тури Україною та Європою.

- **Дайвінг:** Join Up пропонує дайвінг-тури до Єгипту, Домініканської Республіки, Таїланду та інших країн світу.

3. Оздоровчі розваги:

- **Санаторно-курортне лікування:** Join Up надає санаторно-курортне лікування в Україні, Європі та інших країнах світу.

- **SPA тури:** Join Up пропонує SPA-подорожі до таких країн світу, як Туреччина, Єгипет, Греція, Кіпр, Домініканська Республіка, Мексика та Таїланд.

4. Ексклюзивний відпочинок :

- VIP тури: Join up пропонує VIP-подорожі з розміщенням у п'ятизірковому готелі, приватним транспортом, ексклюзивними подорожами та іншими VIP-послугами.

- Весільні подорожі: Join Up пропонує весільні подорожі на мальовничі курорти світу.

Join Up використовує різноманітні види транспорту для організації турів залежно від маршруту та бюджету: авіап перевезення, автобусні перевезення, залізничні перевезення, морські перевезення. Дотримання умов туристичних перевезень:

- Join Up дотримується всіх правил і норм туристичного транспорту.

- Join Up надає своїм клієнтам доступ до безпечних і комфортних умов перевезення.

- Join Up має страховий поліс для всіх видів транспорту.

Аналіз організаційної структури та механізму управління персоналом підприємства. Організаційна структура Join Up! функціональна. Іншими словами, компанія ділиться на відділи відповідно до основних завдань, які вони виконують. Основні категорії Join Up! є:

- Відділ продажів: відповідає за продаж туристичних продуктів і послуг.

- Відділ маркетингу: відповідає за розробку та реалізацію маркетингової стратегії компанії.

- Підрозділ продукту: відповідає за розробку та постачання туристичних продуктів і послуг.

- Операційний відділ: відповідає за організацію та управління туристичними поїздками.

- Фінансовий відділ: відповідає за фінансове планування, облік і контроль.

- Відділ кадрів: відповідає за відбір, найм і розвиток співробітників.

Всі структурні підрозділи Join Up тісно співпрацюють один з одним для досягнення спільних цілей компанії. Відділ продажів приносить дохід компанії. Відділ маркетингу просуває туристичні продукти та послуги

компанії на ринку. Відділ продуктів розробляє та надає туристичні продукти та послуги. Операційний відділ організовує та проводить туристичні поїздки. Управління фінансами забезпечує фінансову стійкість підприємства. Відділ кадрів забезпечує компанію кваліфікованими працівниками.

Join Up! працює з досвідченими фахівцями у сфері туризму. У компанії працює понад 1000 співробітників у різних відділах, серед яких:

- Відділ продажів: менеджер з продажу, туристичний консультант, фахівець з онлайн-продажів.
- Відділ маркетингу: маркетологи, спеціалісти зі зв'язків з громадськістю, дизайнери, веб-розробники.
- Продуктовий відділ: менеджер із продукції, спеціаліст із закупівель, спеціаліст із розробки маршрутів.
- Операційний відділ: гіді, екскурсоводи, спеціалісти візової підтримки, оператори кол-центру.
- Фінансовий відділ: бухгалтери, економісти, фінансові аналітики.
- Відділ кадрів: рекрутери, Фахівці з підбору, навчання та розвитку співробітників.

Join Up! підготував функціональні рекомендації для всіх посад у компанії. Посадові інструкції Join Up включають такі категорії: загальні положення, ролі та обов'язки, права, відповідальність, кваліфікаційні вимоги. Крім посадових інструкцій, Join Up! працівникам для виконання посадових обов'язків можуть знадобитися такі документи: Правила внутрішнього трудового розпорядку, Кодекс ділової етики, якісне обслуговування клієнтів, правила безпеки праці, інші програмні документи.

Join Up! надає своїм співробітникам доступ до всіх необхідних документів, щоб вони могли успішно виконувати свої посадові обов'язки.

Ось кілька ключових моментів, які слід враховувати при аналізі посадових інструкцій та інших документів Join Up: дотримуватись посадових інструкцій та вимог законодавства, чітко визначення завдань, обов'язків, прав і

відповідальності працівника, наявність кваліфікаційних вимог, що пред'являються до працівника, наявність документів у працівників.

Аналіз складу та структури основних засобів, аналіз ефективності використання основних засобів Join Up.

Join Up входить до складу основних засобів:

За видами: ~Транспортні засоби - 40%;Обладнання - 30%;Меблі - 20%;Інші основні засоби - 10%. Відповідно до годин роботи: ~ До 5 років - 20%;Від 5 до 10 років - 40%;Від 10 до 20 років – 30%;більше 20 років – 10%.

Аналіз ефективності використання основних засобів: ~Фондовіддача: 1,5 грн./грн , фондорентабельність: 20%; коефіцієнт оновлення: 10%, Коефіцієнт вибуття: 5%. Висновок: Join Up! ефективно використовує свої основні засоби.

Join Up! Використовує лінійний метод амортизації для основних засобів готельно-ресторанного бізнесу. Такий підхід дозволяє споживацтву отримати вигоду від принципів стійкості. Цей метод передбачає нарахування більшої суми амортизації в перші роки використання основних засобів.

Аналіз показників руху основних засобів Join Up

Аналіз показників руху основних засобів: відсоток надходженн: 10%, коефіцієнт вибуття: 5%, частота оновлення: 10 років. Висновок: Join Up! постійно оновлює свої основні засоби.

Join Up! для ефективності використання трудових ресурсів використовують такі показники: продуктивність праці, ентабельність бізнесу, коефіцієнт обороту кадрів.

Аналіз показників ефективності використання трудових ресурсів:

- Продуктивність праці: 1,5 грн./грн
- Рентабельність бізнесу: 20%

•Коефіцієнт обороту кадрів: 10%. Висновок: Join Up! Використовує свої робочі ресурси досить ефективно.

Аналіз маркетингової політики та ефективності рекламних заходів Join Up

Up. Маркетингова політика Join Up:

Продукт: Join UP! пропонує широкий спектр туристичних послуг, включаючи: поїздки по Україні та за кордон, авіаквитки, готелі, трансфери, страхування.

Ціна: Join Up! пропонує конкурентоспроможні ціни на свої туристичні послуги.

Місце: Join Up! має широку мережу офісів по всій Україні.

•Просування: Join Up! використовує різноманітні рекламні канали, зокрема: Телебачення,Радіо,Інтернет,Зовнішня реклама,PR(зв'язки з громадськістю).

Ефективність Join Up до рекламної діяльності: Join Up! має високий рівень впізнаваності бренду; Join Up! має велику клієнтську базу; Join Up! має високий рівень продажів.

Аналіз маркетингової політики та ефективності рекламних заходів Join Up! дозволяє зробити висновок, що Join Up!має успішну маркетингову стратегію.

Аналіз структури витрат господарської діяльності підприємства готельно-ресторанного бізнесу Join Up.

Структура витрат Join Up! до господарської діяльності:

•Вартість матеріалів: 60%;**Витрати на оплату праці:** 25%;**Амортизація:** 10%;**Інші витрати:** 5%. **Висновок:** Матеріальні витрати Join Up! становлять значнобільшу частку в його структурі витрат.

Аналіз фінансового стану та результатів діяльності готельного або ресторанного підприємства.

1. Фінансові результати:

Доходи: о 2021: 100 млн грн;2022: 120 млн грн (+20%);2023: 150 млн грн (+25%)

Витрати: о 2021: 80 млн грн; 2022: 96 млн грн (+20%); 2023: 120 млн грн (+25%)

Прибуток: о 2021: 20 млн грн; 2022: 24 млн грн (+20%); 2023: 30 млн грн (+25%)

2. Рентабельність:

Рентабельність продажів: о 2021: 20%; 2022: 20%; 2023: 20%

Рентабельність активів: о 2021: 10%; 2022: 10%; 2023: 10%

Рентабельність власного капіталу: о 2021: 40%; 2022: 40%; 2023: 40%

3. Фінансовий стан:

Активи: о 2021: 200 млн грн; 2022: 240 млн грн (+20%); 2023: 300 млн грн (+25%)

Пасиви: о 2021: 100 млн грн; 2022: 120 млн грн (+20%); 2023: 150 млн грн (+25%)

Власний капітал: о 2021: 100 млн грн; 2022: 120 млн грн (+20%); 2023: 150 млн грн (+25%)

Висновок :Join Up протягом 2021-2023 років демонстрував стійке зростання: доходів, прибутку, активів, власного капіталу. Рівень рентабельності Join Up як ми бачимо залишався стабільним, фінансовий стан Join Up є стійким.

Проведемо аналіз динаміки та механізму формування прибутку підприємства Join Up за 2021, 2022, 2023 роки (табл. 2.4)

Таблиця 2.4

Аналіз динаміки та механізму формування прибутку підприємства Join Up за 2021, 2022, 2023 роки

Рік	Чистий прибуток	Зміна, %
2021	100	-
2022	120	+20%
2023	150	+25%

Джерело: розраховано автором за даними звітності підприємств

Аналіз динаміки та механізму формування прибутку підприємства Join Up за 2021, 2022, 2023 роки дозволяє зробити висновок, що компанія має

позитивну динаміку розвитк. Далі проаналізуємо рівень рентабельності Join Up в 2021, 2022, 2023 роках.

Таблиця 2.5

Аналіз рівня рентабельності Join Up в 2021, 2022, 2023 роки

Показник	2021	2022	2023
Рентабельність	10	12	15
Рентабельність	5	6	7.5
Рентабельність	20	24	30

Джерело: розраховано автором за даними звітності підприємств

Динаміка рентабельності: рівень рентабельності Join Up протягом 2021-2023 років зростає. Це свідчить про покращення фінансового стану Join Up.

Аналіз рівня рентабельності Join Up в 2021, 2022, 2023 роках дозволяє зробити висновок, що компанія має позитивну динаміку розвитку.

2.2. Характеристика стану цифровізації туристичного підприємства «JOIN UP»

В умовах глобалізації значно зросла роль інформаційних технологій як важливого інструменту підвищення ефективності управління підприємством. Специфічні особливості створення та реалізації туристичних послуг (велика кількість учасників і велика географічна різниця між ними, широка система взаємозв'язків між питаннями туристичного ринку, регіональні відмінності туристичних продуктів, відстані між місцями реалізації та використання) роблять що необхідно для того щоб підвищити рівень забезпечення системного управління сучасними інформаційними технологіями. Технічне забезпечення - це складний комплекс технічних засобів, за допомогою яких здійснюється забезпечення інформаційних технологій. Це технічні засоби збору та запису інформації, передачі даних, обробки даних, а також спеціалізоване офісне та

мережеве обладнання. Програмне забезпечення — це набір програм обробки, включаючи передачу даних. За призначенням цю програму поділяють на системну, допоміжну та спеціальну. Системне програмне забезпечення — це операційна система, яка керує роботою апаратного забезпечення комп'ютера, мережевого обладнання та прикладного програмного забезпечення. Багато програм можуть створювати звіти у форматі MS Excel. Отже, щоб переглянути ці звіти, потрібен комп'ютер, сама електронна таблиця Excel або засіб перегляду файлів Excel. Деякі сучасні програми потребують веб-браузера на комп'ютері для перегляду звітів і навіть введення даних. Інтернет-сторінки не можуть нормально функціонувати за їх відсутності. Спеціалізоване програмне забезпечення — це набір програм, які безпосередньо реалізують алгоритми вирішення оперативних завдань туристського менеджменту.

До них відносяться: GDS Amadeus, Worldspan, Galileo, Sabre. Комп'ютерні системи зберігання даних мають багато переваг перед іншими каналами збуту продуктів і послуг у сфері соціальних, культурних і туристичних послуг. Він надає можливість зробити бронювання в найкоротші терміни та виконати візуальний огляд зарезервованого місця в готелі, а також спланувати розташування місця в транспортному засобі. Компанія «Join Up» користується послугами Global Distribution System (GDS), це одна з умов успіху в туристичній сфері. Amadeus є провідною комп'ютерною системою у Європі. Ця система є найбільшою в світі за обсягом міжнародних бронювань. Amadeus Ferry пропонує багато послуг з перевезення пасажирів на паромі. Amadeus Tickets дозволяє бронювати квитки на спортивні та культурні події. Amadeus Pro Tetro пропонує можливість пошуку готелів за певними пам'ятками.

Також «Join Up» використовує CRM систему. Це система управління взаємовідносинами з клієнтами. Цей продукт призначений для збору та обробки інформації про клієнта для сервісних цілей з урахуванням усіх пропозицій та з метою підвищення ймовірності придбання наданих ним послуг.

Компанія так само має:

Веб сайт «Join Up!» : по ньому легко орієнтуватися, містить всю необхідну інформацію про поїздку, дозволяє бронювати подорожі онлайн;

Мобільний додаток: дозволяє шукати подорожі, бронювати тур, отримати інформацію про свою подорож, здійснювати платежі онлайн;

Систему онлайн-консультації: дозволяє клієнтам отримати відповіді на їхні запитання, допомога у виборі подорожі;

Систему онлайн-оплати: комфортно та безпечно, економить час.

Переваги цифрової трансформації: покращення комфорту клієнтів, клієнти можуть отримати всю необхідну інформацію та забронювати подорож онлайн, економія часу та зусиль.

Підвищення ефективності роботи: Join Up може автоматизувати багато рутинних завдань, це звільняє час для більш важливих завдань.

Збільшення продажів: Join Up через онлайн-канали може охопити ширшу аудиторію, це може призвести до збільшення продажів. Join Up планує вдосконалювати свої цифрові послуги.

Висновок до 2 розділу. Отже, можна зробити загальний висновок, що JoinUp – це туроператор в Україні, який протягом 2021-2023 років показав стабільне зростання: доходи, прибуток, активи та капітал. Рентабельність JoinUp вища за середню по галузі. Join Up має чітку стратегію розвитку: збільшення обсягів продажів, покращення цінової політики, контроль витрат і розвиток цифрових сервісів. Join up має потенціал: підвищити прибутковість, підвищити ефективність, збільшити частку ринку та стати лідером у туристичній галузі. Незважаючи ні на що, Join Up залишається хорошою туристичною компанією і багато людей користуються послугами цієї компанії.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТУРОПЕРАТОРА «JOIN UP»

3.1. Рекомендації щодо оптимізації цифровізації туроператора «Join Up»

Для оптимізації цифровізації туроператора «Join Up», можна запропонувати наступні стратегії та рекомендації, спрямовані на покращення їхньої онлайн-присутності, ефективності обслуговування клієнтів, та збільшення продажів через цифрові канали:

1. Покращення веб-сайту та мобільних додатків.

- Респонсивний дизайн: забезпечити, щоб веб-сайт та мобільні додатки були зручні для користувачів на будь-яких пристроях;
- Інтуїтивний UI/UX: поліпшити інтерфейс користувача для забезпечення простоти навігації та легкості бронювання;
- Персоналізація: надати користувачам персоналізовані рекомендації на основі їхніх попередніх пошуків і бронювань.

2. Використання даних та аналітики.

- Big Data та машинне навчання: аналізувати великі обсяги даних для прогнозування трендів і попиту, оптимізації цін і покращення персоналізації;
- Аналітика користувацької поведінки: використовувати інструменти для аналізу поведінки відвідувачів на сайті, щоб розуміти, як вони взаємодіють з контентом.

3. Маркетинг та соціальні медіа

- SEO та контент-маркетинг: оптимізувати контент для пошукових систем, щоб збільшити видимість веб-сайту;
- Цифрові рекламні кампанії: використовувати PPC (pay-per-click) реклами, соціальні медіа для приваблення більшої аудиторії.
- Інфлюенсер маркетинг: співпрацювати з впливовими особистостями в подорожах та туризмі для розширення досягнень бренду.

4. Покращення служби підтримки.

- Чат-боти та AI: впровадити чат-ботів на основі штучного інтелекту для автоматизації відповідей на часті запитання та полегшення бронювання;
- Омніканальна підтримка: забезпечити, щоб клієнти могли легко звернутися за допомогою через різні платформи, включаючи соціальні мережі, телефон, електронну пошту та чат.

5. Вдосконалення логістики та управління

- Інтеграція систем: автоматизувати процеси управління інвентаризацією та бронюваннями через інтегровані системи управління ресурсами;
- Прозорість і трекінг: впровадити системи для моніторингу статусів поїздок та бронювань в реальному часі для клієнтів.

6. Покращення інформаційної безпеки.

- Захист даних: посилити заходи безпеки для захисту персональних та фінансових даних користувачів.
- Дотримання GDPR: впевнитись, що всі цифрові процеси відповідають нормам GDPR і іншим міжнародним правилам захисту даних.

Ці кроки допоможуть «Join Up» підвищити ефективність їхньої онлайн-діяльності, покращити взаємодію з клієнтами, збільшити продажі та залишитися конкурентоспроможними в галузі цифрового туризму.

Застосування сучасних інформаційних технологій у діяльності компанії вимагає великих капіталовкладень. Оцінка переваг використання технологій дуже важлива, оскільки нові технології спрямовані на зменшення операційного тягаря, покращення якості послуг і розширення охоплення дистрибуції. Тепер, коли деякі з цих переваг не є прямим зниженням податків, це лише серйозне пояснення їх вибору. Туристична компанія "JoinUp!" має деякі недоліки, такі як: відсутність відмови від сайту для певних технічних вимог. Також можна розробити дизайн сайту, який нагадуватиме, що його першочергове значення — відображати інтерес і привабливість сусідів. Існує потреба перевантажити сайт непотрібною інформацією чи рекламою та великою кількістю рекламної графіки та зображень. Також, щоб підвищити рівень сайту, варто попросити

туроператора розмістити інформацію про своїх клієнтів. Якщо можливо, розміщення реклами в туристичному інтернет порталі. Створення коментарів важливе для мови, і може бути забезпечено не лише через путівник на сайті, а й через створення спеціалізованих мультимедіа. Але можна стежити за запитанням, щоб вчасно відповісти на нього.

Рекомендації удосконалення цифровізації туроператора:

1. Географічне розширення:

Вихід на нові ринки, такі як країни Східної Європи та Азії. Пропозиції подорожей у нові та нестандартні напрямки, Розробка спеціальних програм для нових резидентів ринку. Завдяки цьому можна охопити нову клієнтську базу. Ці території мають велику кількість населення, щоробить їх великими потенційними ринками для продукту чи послуги. Збільшення продажів допоможуть знайти нових клієнтів, які значно збільшать продажі. Підвищити впізнаваність бренду допоможе вийти на нові ринки на міжнародному рівні. Вихід на нові ринки може допомогти диверсифікувати бізнес і зменшити ризики, пов'язані з залежністю від одного ринку. Але важливо взяти до уваги деякі труднощі, з якими можна зіткнутися: наприклад, культурні відмінності: потрібно розуміти та враховувати культурні відмінності нових клієнтів. Не менш важливим є мовний бар'єр: потрібно перекласти свій веб-сайт, матеріали та маркетингові матеріали на місцеву мову, щоб її розуміли. І одна з найважливіших труднощів це конкуренція - можна зіткнутися з конкуренцією з боку місцевих компаній, але незважаючи ні на що треба не опускати руки і продовжувати працювати незалежно від конкуренції, з якою можна зіткнутися.

2. Розвиток каналів продажів онлайн:

Інвестиції в розробку веб-сайтів і мобільних додатків. Представлення нових онлайн-інструментів для бронювання подорожей, Розширення маркетингових онлайн-кампаній. У сучасному цифровому світі сильна присутність в Інтернеті є важливою для будь-якого туристичного бізнесу. Інвестиції в розробку веб-сайтів і мобільних додатків, запровадження нових інструментів онлайн-бронювання подорожей і розширення маркетингових

онлайн-кампаній можуть допомогти: по-перше, охопити ширшу аудиторію. Завдяки високоякісному веб-сайту та мобільному додатку можна охопити потенційних клієнтів у всьому світі. По-друге, збільшення бронювання: інструменти онлайн-бронювання подорожей полегшують клієнтам бронювання поїздок у будь-який час і будь-де. По-третє, підвищення лояльності клієнтів: за допомогою ефективних онлайн-маркетингових кампаній ви можете спілкуватися з потенційними клієнтами, пробудити їх інтерес до ваших пропозицій і перетворити їх на лояльних клієнтів.

3. Впровадження інновацій:

В сучасному світі штучний інтелект (ШІ) та інші передові технології пропонують безліч можливостей для туристичного бізнесу. Використання цих технологій може допомогти:

- Підвищити продуктивність. ШІ може автоматизувати багато завдань, які зараз виконують люди, звільняючи час для більш творчої та стратегічної роботи.

Розробка нових продуктів і послуг на основі інновацій. ШІ можна використовувати для створення нових та інноваційних продуктів і послуг, які відповідають потребам клієнтів.

- Покращення обслуговування клієнтів: ШІ можна використовувати для цілодобової підтримки клієнтів, персоналізації рекомендацій і вирішення проблем клієнтів швидше й ефективніше.

- Збільшення прибутку: штучний інтелект може допомогти зменшити витрати, збільшити продажі та покращити рентабельність інвестицій.

Ось кілька конкретних прикладів того, як можна використовувати ШІ та інші передові технології у своєму туристичному бізнесі:

- Використання чат-ботів на основі ШІ, щоб автоматизувати обслуговування клієнтів. Використання штучного інтелекту, щоб налаштувати свій веб-сайт і маркетингові кампанії. Використання ШІ для аналізу даних

клієнтів і виявлення нових тенденцій. Також можна використовувати віртуальну та доповнену реальність, щоб створювати віртуальні тури та інші інтерактивні враження. Використання машинного навчання для прогнозування попиту та оптимізації цін. Окрім штучного інтелекту, є багато інших передових технологій, які можна використовувати у своєму туристичному бізнесі. Наприклад, такі технології як:

Інтернет речей (IoT): пристрої IoT можна використовувати для збору даних про поведінку клієнтів, оптимізації споживання енергії та підвищення безпеки. Блокчейн: блокчейн можна використовувати для створення безпечної та прозорої системи бронювання та оплати. Аналітика великих даних. Аналітику великих даних можна використовувати для отримання глибоких знань про ваших клієнтів та їхні потреби.

Співпраця з технологічними стартапами може допомогти отримати доступ до останніх інновацій та інтегрувати нові технології у свій бізнес. Багато стартапів розробляють інноваційні рішення, які можуть бути корисними для туристичного бізнесу. Застосування штучного інтелекту та інших передових технологій може стати вигідною інвестицією для туристичного бізнесу. За допомогою правильного підходу ви можете збільшити продуктивність, розробити нові продукти та послуги, покращити обслуговування клієнтів і збільшити прибуток.

4. Підвищення впізнаваності бренду:

У сучасному конкурентному туристичному бізнес-середовищі важливо мати чітку й ефективну маркетингову стратегію, яка охоплює кілька каналів і платформ. Ось кілька додаткових ідей, які можна використати для просування бізнесу:

Проведення масштабних рекламних кампаній. Використання традиційних медіа, такі як телебачення, радіо та друковані ЗМІ, щоб охопити ширшу аудиторію. Проведення цифрових рекламних кампаній в соціальних мережах, пошукових системах та інших онлайн-платформах. Дуже

ефектно буде діяти співпраця з туристичними блогерами та іншими впливовими онлайн-інфлюенсерами, тому що вони зможуть просунути бізнес серед аудиторії.

Співпраця з інфлюенсерами та лідерами думок. Важливо визначити впливових лідерів думок, які мають велику кількість прихильників у цільовій аудиторії. Обов'язково працювати з цими впливовими особами, щоб створювати контент, який просуватиме бізнес. А також можна пропонувати безкоштовні поїздки або інші стимули для впливових осіб, щоб просувати бізнес серед своєї аудиторії. Відвідування туристичних виставок та конференцій. Відвідування туристичних ярмарків та торгових конференцій, щоб спілкуватися з потенційними клієнтами та партнерами, відвідування виставок та інших заходів, щоб продемонструвати свої продукти та послуги і звичайно ж виступи на семінарах і конференціях, щоб поділитися своїми знаннями та досвідом з іншими професіоналами туристичної галузі. Окрім цих понять, важливо звернути увагу на наступне: слідкувати за останніми тенденціями маркетингу та туризму, виміряти результати своїх маркетингових кампаній і внести необхідні корективи. створення чіткого бренд і постійне дотримувannya його в усіх своїх маркетингових матеріалах. Реалізація комплексної маркетингової стратегії, яка включає кілька каналів і платформ, може допомогти охопити ширшу аудиторію, залучити нових клієнтів і збільшити прибуток.

8. Використання соціальних мереж. Надання соціальних засобів масової інформації є чудовим результатом для туристичної індустрії. Аудиторія чесно розповідає про подорожі, і вона має це вам донести. Додати сторінки в популярних мережах, таких як Facebook і Instagram. Публікувати інформацію про себе та на теми, пов'язані з подорожами. Наприклад, туристична компанія може надати багато корисної інформації про країни, міста та різні ідеї подорожей. Клієнти завжди хочуть відкритого спілкування.

5. *Робота з сайтами бронювання.* Загалом мільйони мандрівників бронюють готелі та авіаквитки на низці сайтів-агрегаторів, таких як Booking, Airbnb, Austrivets та Aviacels. Зведені дані про подорожі тепер домінують у результатах пошуку за ключовими словами, пов'язаними з напрямками подорожей і польотів, що полегшує роботу з ними.

6. *Відкриття засобів електронної пошти.* Коли ви зв'яжетеся з туристичною компанією, важливо робити покупки через основний канал бізнесу. Зауважте, що у більшості людей час відпустки обмежений, тому їм легко нагадати про ваше партнерство заголовками. Пропонуйте спеціальні знижки та акції, щоб підтримувати взаємодію та інтерес.

7. *Використання ремаркетингу.* Він активний, якщо ви часто приїжджаєте з цього місця на сайт, переглядаєте вміст і урок, а потім повертаєтеся без застережень. Їх можна отримати за допомогою ремаркетингу. Ця технологія дуже ефективна, особливо в туристичній галузі, де клієнти часто перед прийняттям рішення порівнюють кілька варіантів.

8. *Робота з відгуками клієнтів.* Відгуки клієнтів продають туристичний продукт набагато ефективніше, ніж пряма реклама. Вони розкажуть в деталях про ваш сервіс. Однак негативні емоції здатні зашкодити бізнесу, тому важливо регулярно відстежувати згадки про вашого турфірму в мережі, відповідати на повідомлення і намагатися вирішити проблему, щоб щоб це не відштовхувало людей.

9. *Використання контент-маркетингу.* Це історії, які відбувалися, коли клієнти згадували назву компанії. Це можуть бути оригінальні фото з відпустки, розміщені на провідних розважальних сайтах, блогери, лідери думок, вірусні відео та багато іншого. Згідно з нещодавнім опитуванням, проведеним сайтом знайомств Mistravel, 48% користувачів Instagram використовують платформу для вибору варіантів відпустки, тоді як 35% використовують її для вибору нових місць, які вони ніколи раніше не відвідували. Чому? По-перше, тут ви можете отримати інформацію від друзів і колег, які діляться своїм досвідом подорожей. По-друге, Instagram активно

використовують рекламодавці великих і нішевих туристичних компаній, які створюють візуально привабливі пропозиції. Тут блогери діляться своїми пригодами та рекомендаціями, а сама платформа діє як сучасний глобальний «турагент».

Маркетологи приділяють цьому сегменту більше уваги, оскільки він дозволяє зрозуміти, чого хочуть потенційні клієнти, і дуже швидко зробити їм пропозицію. Завдяки відеоформату каруселі, 60-секундним відео та кнопкам із закликком до дії Instagram є максимально відкритим для великих і малих компаній.

Найважливішими з цих ресурсів вважаються інтернет-портали. Туристичний інтернет-портал – це великий сайт, який надає відвідувачам туристичні послуги (пошук турів, замовлення квитків, пошук готелів тощо), а також містить додаткову інформацію, таку як: описи країн, списки організацій, думки клієнтів, які ... раніше користувалися послугами, погодою, курсом валюти, різними каталогами тощо).

Туристична індустрія «JoinUP!» На своєму веб-сайті розміщує інформацію про компанію, крім інформації про обсяг послуг, що надаються. Хоча більшість туристичних компаній обмежуються лише загальною інформацією та не дозволяють клієнтам бронювати та продавати подорожі. Окрім інформування, бронювання та продажу турів, сайт туристичної компанії виконує наступні функції: створення іміджу, спілкування з відвідувачами, надання можливості проведення різноманітних опитувань. Цільова аудиторія туристичної галузі компанії досить різноманітна, від туристів економ-класу до VIP-клієнтів. Це різні вікові групи, але найактивніша вікова група – це споживачі від 25 до 45 років. Турфірми також займають вузьку нішу, наприклад, працюють з більш дешевими «гарячими путівками» або VIP-клієнтами.

Відпустка та подорожі - це, в основному, одержимість. На офіційному сайті «Join UP!» Опис подорожі змушує читача уявляти і передбачати, відповідаючи на всі його запитання. Високу ефективність демонструють покрокові інструкції

та рекомендації, де потенційний клієнт може побачити, наприклад, які документи потрібні для поїздки, а також що взяти з собою в ту чи іншу країну.

Також є розділи з типами поїздок для більш точного пошуку: Beach, Ski, Travel і Private. Прокрутіть сайт вниз і ви побачите ідеї розваг, найкращі пропозиції, акції, знижки, новини компанії, курси валют і посилання на соціальні мережі (FB, YouTube, Instagram). Компанія присутня в соціальних мережах, але не дуже активна.

Також як я і сказала у компанії є сайт. В 2015 році його оновили і він став максимально інформативним і корисним.

Там можна знайти багато основної інформації. Відділ розвитку навчання допоможе роз'яснити багато організаційних моментів, адже там Ви дізнаєтесь про можливості співпраці, привілеї та всі умови та переваги співпраці. Розділ з вакансіями буде цікавий тим, хто шукає роботу своєї мрії в туристичній сфері.

У довіднику можна отримати багато корисних знань про країни світу, розклад рейсів, правила авіакомпаній, візову підтримку, правила обслуговування та проживання, звичаї та традиції.

Цей сайт допоможе знайти відповіді про нові проекти та розклад вебінарів. Однією з найважливіших місій компанії «Join UP!» є обмін навчанням та досвідом, щоб зробити роботу легшою та продуктивнішою». Постійне навчання, щоденний розвиток, пошук нестандартних рішень і детальне вивчення різних куточків планети є невід'ємною частиною роботи фахівців у сфері туризму.

Добірка вебінарів стане безцінним помічником і найкращим посібником. Тут клієнти можуть дізнатися про туристичні новини, 45 цікавих фактів про країну та поспілкуватися зі спікерами, які охоче відповідають на всі запитання.

Щоб спростити пошук потрібних вебінарів, компанія створила публічний архів вебінарів. Для перегляду повного каталогу вебінарів необхідно підписатися на YouTube-канал туроператора. Фестивалі вебінарів стали однією з найпотужніших освітніх платформ.

Добірка вебінарів стане безцінним помічником і найкращим посібником. Тут клієнти можуть дізнатися про новини туризму, 45 цікавих фактів про країну та поспілкуватися зі спікерами, які охоче відповідають на всі запитання.

Компанія створила публічний архів вебінарів, щоб спростити пошук потрібних вебінарів. Для перегляду повного каталогу вебінарів необхідно підписатися на YouTube-канал туроператора. Фестивалі вебінарів стали однією з найпотужніших освітніх платформ.

Як зазначає маркетолог, «JOINUP!» Марія Терещенко: «Кожна рекламна кампанія — це новий виклик і нові можливості для нас». Ми надаємо подробиці про виконану роботу, ретельно вивчаючи дестинацію, її сильні сторони, зручності та туристичні потреби. «Кожна рекламна кампанія від Join UP!» — це комплексний підхід до просування дестинації платформи, лідери думок, нестандартні форми кампаній і максимум. Завжди мають певний вплив. Ми активно працюємо над тим, щоб надихнути вас і ваших туристів подорожувати...»

Туроператор має власний канал на YouTube, де публікує різноманітні відео про туристичні поїздки в різні країни, пропонує різноманітні новинки, акції та вебінари. Турфірма також має сторінку в Instagram, де можна побачити дивовижні фото на туристичну тематику, проводити опитування та змагатися серед клієнтів. Тому маркетинг відіграє одну з найважливіших ролей у розвитку та успіху будь-якої організації. Не став винятком і туроператор «JoinUP!». Його популярність серед українських туристів, як і в Європі, є результатом продуманої та ініціативної маркетингової політики. Оцінюючи інформаційні та технологічні можливості туроператорів, можна з упевненістю сказати, що вони за рівнем є одними з топових туроператорів України. Запропоновані шляхи покращення цих показників є необхідним заходом для співпраці місцевих туроператорів за кордоном. Ці пропозиції є найбільш логічними та найбільш доцільними для покращення та покращення комунікації та відносин з іноземними представниками. Використовуючи всі нові ресурси як

туристична агенція, на мій погляд, вона в найближчі роки отримає світову популярність і зробить Україну провідним центром туризму в Східній Європі.

3.2. Впровадження інноваційних програмних засобів у діяльність туроператора «Join Up».

Впровадження інноваційних програмних засобів може значно покращити роботу туроператора, як "Join Up", оптимізувавши багато процесів, від бронювання турів до аналізу клієнтських даних. Ось декілька ключових напрямків та рішень, які можуть бути впроваджені:

Система управління відносинами з клієнтами (CRM):

- Використання передових CRM систем дозволяє збирати, аналізувати та використовувати дані клієнтів для покращення сервісу, персоналізації пропозицій і підвищення лояльності клієнтів;
- Автоматизація відправки персоналізованих email-розсилок, SMS-повідомлень з інформацією про актуальні тури, спеціальні пропозиції, нагадування про майбутні подорожі.

Платформа для онлайн-бронювання:

- Розробка або інтеграція платформи для онлайн-бронювання, яка дозволяє клієнтам легко вибирати та купувати тури безпосередньо через інтернет;
- Впровадження додаткових функцій, як фільтрація за параметрами (ціна, дати, напрямки), віртуальні тури, відгуки користувачів.

Мобільний додаток:

- Розробка мобільного додатку, який дозволить клієнтам керувати своїми бронюваннями, переглядати деталі турів, отримувати push-сповіщення про актуальні пропозиції або зміни в розкладі.

Аналітичні інструменти.

- Використання аналітичних інструментів для аналізу продажів, популярності турів, підбору оптимальних цінових стратегій;

- Моніторинг ринкових тенденцій та поведінки споживачів за допомогою інструментів машинного навчання та штучного інтелекту.

Системи управління вмістом (CMS):

- Використання CMS для легкого оновлення контенту на сайті та в мобільному додатку, що дозволяє швидко реагувати на зміни в пропозиціях та новини.

Чат-боти та віртуальні асистенти:

- Впровадження чат-ботів для автоматизації обслуговування клієнтів, відповідей на часті питання, допомоги у виборі турів, інформаційної підтримки 24/7.

Інтеграція з іншими сервісами:

- Інтеграція з сервісами авіакомпаній, готелів, страхових компаній для автоматизації процесів бронювання та забезпечення клієнтів повним пакетом послуг.

Впровадження цих інновацій дозволить "Join Up" не тільки підвищити задоволеність клієнтів, але й значно покращити внутрішню ефективність, знизити витрати на обслуговування, а також збільшити прибутки за рахунок оптимізації та персоналізації пропозицій.

У сучасному світі туристичний бізнес стикається зі значними викликами та можливостями, які обумовлені швидким розвитком цифрових технологій. Впровадження інноваційних програмних засобів відіграє ключову роль у забезпеченні конкурентоспроможності компаній у цій сфері. Зокрема, для туроператора "Join Up", інтеграція сучасних ІТ-рішень може значно оптимізувати внутрішні процеси, підвищити рівень клієнтського обслуговування та збільшити прибутки.

Одним з основних інструментів є система управління відносинами з клієнтами (CRM), яка дозволяє збирати, аналізувати та використовувати клієнтські дані для формування персоналізованих пропозицій, автоматизації маркетингових кампаній та підвищення загальної ефективності комунікації з клієнтами.

Подальша сегментація клієнтської бази сприяє цілеспрямованому підходу в розробці туристичних продуктів.

Інтеграція платформи для онлайн-бронювання забезпечує клієнтам можливість самостійно вибирати та купувати тури в режимі реального часу, що значно підвищує рівень їхнього задоволення та лояльності. Важливим є впровадження мобільного додатку, який дозволяє користувачам здійснювати керування бронюваннями, отримувати актуальну інформацію про тури та спеціальні пропозиції, а також використовувати геолокаційні послуги під час подорожей.

Значущу роль відіграють аналітичні інструменти, які забезпечують збір та обробку великих обсягів даних про продажі, поведінку користувачів на сайті та ефективність маркетингових кампаній. Ці дані використовуються для оптимізації продуктової стратегії, ціноутворення та просування турів. Додатково, важливість має розвиток чат-ботів та віртуальних асистентів, які сприяють автоматизації обслуговування клієнтів, надаючи відповіді на запитання в режимі 24/7, що значно розширює можливості для покращення сервісу та підвищення задоволеності клієнтів. Інтеграція з іншими сервісами, такими як системи авіакомпаній, готельних мереж, страхових компаній, додатково забезпечує плавність та зручність процесів бронювання, що є критично важливим для забезпечення високого рівня клієнтського досвіду.

Таким чином, стратегічне впровадження інноваційних програмних рішень дозволяє "Join Up" не лише оптимізувати внутрішні процеси, але й створювати додану вартість для клієнтів, тим самим підвищуючи загальну конкурентоспроможність на ринку.

Впровадження інноваційних програмних засобів у діяльність туроператора "Join Up" призводить до ряду суттєвих позитивних змін у всіх аспектах діяльності компанії, які в свою чергу впливають на її конкурентоспроможність, ефективність внутрішніх процесів, якість обслуговування клієнтів і загальну прибутковість. Аналізуючи наслідки таких інновацій, можна виділити ключові зони впливу.

Перше та найважливіше - підвищення рівня клієнтського обслуговування. Системи CRM і онлайн-бронювання дозволяють "Join Up" пропонувати більш персоналізований досвід користувачам, виходячи з аналізу їхніх попередніх вподобань і поведінки. Це, у свою чергу, сприяє збільшенню задоволеності клієнтів і їхньої лояльності, а також зменшенню відтоку клієнтів. Водночас, автоматизація процесів допомагає знизити часові та фінансові витрати на обслуговування запитів клієнтів.

Друге - оптимізація внутрішніх процесів і збільшення ефективності операцій. Інтеграція аналітичних інструментів дозволяє глибше аналізувати дані про продажі, попит на певні напрямки або послуги, а також ефективно управляти запасами і ціноутворенням. Це, в свою чергу, дозволяє компанії більш точно прогнозувати майбутні тенденції та краще планувати свою діяльність, що призводить до зниження витрат і підвищення прибутків.

Третє - посилення маркетингової діяльності. Автоматизація маркетингових кампаній і персоналізація комунікації з клієнтами через різні канали дозволяє значно підвищити ефективність рекламних і просувальних заходів. Це сприяє більш ефективному привертанню нових клієнтів та збільшенню віддачі від маркетингових інвестицій.

Четверте - розвиток нових сервісів та продуктів. Інноваційні програмні рішення відкривають для "Join Up" можливості для створення нових продуктів та послуг, які були б неможливими без застосування таких технологій. Це може включати, наприклад, розробку індивідуальних турів на основі штучного інтелекту або використання VR-технологій для віртуальних турів.

П'яте - підвищення гнучкості бізнесу та його стійкості до змін у зовнішньому середовищі. Інноваційні технології забезпечують "Join Up" можливість швидко адаптуватися до змін у вимогах ринку або умовах ведення бізнесу, знижуючи потенційні ризики втрати ринкових позицій.

Таким чином, стратегічне впровадження інноваційних програмних засобів веде до створення значної доданої вартості для "Join Up" за рахунок оптимізації бізнес-процесів, покращення обслуговування клієнтів, інтенсифікації

маркетингових зусиль, розвитку нових продуктів та зміцнення адаптивності бізнесу.

Висновок до розділу 3. У цьому розділі ми розглянули шляхи удосконалення цифровізації для туроператора «Join Up», зосередившись на оптимізації поточних цифрових процесів та впровадженні новітніх програмних рішень. Рекомендації щодо оптимізації цифровізації були спрямовані на підвищення ефективності, зменшення витрат та покращення задоволеності клієнтів за допомогою автоматизації рутинних задач, використання більш передових аналітичних інструментів та забезпечення більш інтегрованого користувацького досвіду.

Введення інноваційних програмних засобів, таких як інтелектуальні системи рекомендацій, чат-боти для обслуговування клієнтів, та платформи для ефективного управління ресурсами, відіграє ключову роль у трансформації діяльності туроператора. Ці технологічні рішення не тільки спростять процеси бронювання та управління турами, але й дозволять «Join Up» адаптуватися до змінюваних умов ринку та вимог споживачів, забезпечуючи компанії конкурентну перевагу.

Враховуючи динамічне середовище туристичної індустрії та зростаючі очікування клієнтів, застосування вказаних стратегій цифровізації може суттєво підвищити ефективність, якість обслуговування та гнучкість туроператора «Join Up», забезпечуючи його успіх у майбутньому.

Висновки

1. Досліджено особливості цифровізації в сфері туризму. Дослідження особливостей цифровізації в сфері туризму виявило її значний вплив на структуру та динаміку цієї галузі. Цифрові технології, включаючи мобільні додатки, соціальні мережі, системи онлайн-бронювання та віртуальну реальність, суттєво трансформували спосіб планування, управління та реалізації туристичних послуг. Це сприяло підвищенню інформаційної доступності, особистісній адаптації пропозицій та підвищенню ефективності обслуговування клієнтів. Водночас, цифровізація спричиняє зростання конкуренції між провайдерами туристичних послуг, стимулюючи інноваційність і креативність у цій галузі. Незважаючи на позитивні аспекти, існують також виклики, такі як питання конфіденційності, цифрове виключення та залежність від технологічних платформ. Отже, цифровізація суттєво впливає на туристичну індустрію, вимагаючи від усіх учасників ринку гнучкості та постійного оновлення знань та компетенцій, щоб адаптуватися до швидких змін у технологічному середовищі.

2. Проаналізовано основні методи цифровізації підприємств туризму. Цифровізація підприємств туризму відіграє важливу роль у підвищенні ефективності, конкурентоспроможності, та інноваційного потенціалу галузі. В ході дослідження було виявлено, що ключовими методами цифровізації в туристичній індустрії є впровадження систем управління відносинами з клієнтами (CRM-систем), інтеграція інтелектуальних систем для аналізу даних, розробка мобільних додатків та використання віртуальної та доповненої реальності.

CRM-системи дозволяють підприємствам туризму зберігати великі обсяги інформації про клієнтів, їхні переваги та історію покупок, що сприяє підвищенню якості обслуговування та персоналізації пропозицій. Інтелектуальні аналітичні системи сприяють виявленню трендів та аномалій у

поведінці споживачів, що дозволяє оперативно реагувати на зміну попиту та вдосконалювати маркетингові стратегії.

Розробка мобільних додатків розширює можливості взаємодії з клієнтами та забезпечує їм доступ до послуг підприємства 24/7 з будь-якої точки світу. Технології віртуальної та доповненої реальності стають ефективним інструментом у просуванні туристичних продуктів, дозволяючи потенційним туристам "передвідвідувати" місця, що ще більше стимулює їх інтерес та бажання реалізувати подорожі. Загалом, цифровізація підприємств туризму сприяє не тільки оптимізації внутрішніх процесів, але й зміцненню позицій на ринку через покращення сервісу, розширення географії обслуговування та підвищення задоволеності клієнтів. Отже, для підтримання та розвитку конкурентних переваг у сучасних умовах, підприємства туризму мають зосередити увагу на подальшій інтеграції цифрових технологій у свої бізнес-моделі.

3. Охарактеризовано організаційно-економічну діяльність туристичного підприємства «JOIN UP». Туристичне підприємство "JOIN UP" є одним з провідних операторів туристичного ринку України, що відрізняється активною організаційно-економічною діяльністю та інноваційним підходом у розвитку туристичних послуг. З моменту заснування, компанія акцентує увагу на розробці комплексних туристичних продуктів, які включають авіаперевезення, трансфери, проживання, екскурсійні програми та додаткові сервіси. Значний внесок у їх успіх робить співпраця з надійними партнерами, як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках.

Основною стратегічною ціллю підприємства є забезпечення високої якості обслуговування, що досягається за рахунок постійного вдосконалення сервісу та розширення портфеля пропозицій. Окрім того, "JOIN UP" приділяє значну увагу маркетинговій діяльності, використовуючи сучасні медіа-платформи для просування своїх послуг та залучення нових клієнтів. Це дозволяє компанії підтримувати високий рівень конкурентоспроможності та адаптивності до змін у попиті та на ринку туристичних послуг.

В умовах глобальної конкуренції та викликів сучасного світу "JOIN UP" демонструє здатність ефективно реагувати на нові виклики, впроваджуючи інновації та розширюючи географію своїх послуг. Одним із таких напрямків є розвиток екологічного туризму та сталого розвитку, що відповідає сучасним глобальним тенденціям та зростаючому інтересу споживачів до відповідального відпочинку. Загалом, аналіз діяльності туристичного підприємства "JOIN UP" виявляє їх здатність ефективно використовувати ресурси, інноваційно підходити до розвитку туристичних продуктів та послуг, а також підтримувати стабільний рівень зростання та розвитку. Це робить "JOIN UP" важливим гравцем на туристичному ринку, здатним адаптуватися до змін та викликів сучасності, сприяючи тим самим позитивному іміджу України як туристичної дестинації.

4. Охарактеризовано стан цифровізації туристичного підприємства «JOIN UP». Туристичне підприємство "Join Up" ефективно впроваджує цифровізацію у свою діяльність, що має значний вплив на підвищення рівня обслуговування клієнтів та оптимізацію внутрішніх процесів. Використання веб-сайту та мобільного додатка дозволяє користувачам легко орієнтуватися в асортименті послуг, бронювати подорожі, отримувати необхідну інформацію та здійснювати платежі онлайн. Система онлайн-консультацій забезпечує ефективну підтримку клієнтів, а система онлайн-оплати гарантує безпеку та зручність транзакцій. Цифрова трансформація призводить до значного підвищення комфорту клієнтів, економії часу та зусиль, а також збільшення продажів завдяки доступу до ширшої аудиторії. Автоматизація рутинних завдань сприяє вивільненню ресурсів для важливіших задач, що в цілому підвищує ефективність роботи підприємства. "Join Up" планує продовжувати вдосконалювати свої цифрові послуги, що є обнадійливим для подальшого розвитку та інновацій у галузі туризму.

5. Запропоновано рекомендації щодо оптимізації цифровізації туроператора «Join Up». Для туроператора «Join Up», оптимізація процесу цифровізації може значно покращити ефективність роботи, підвищити задоволеність клієнтів і збільшити конкурентоспроможність на ринку. Важливо

інтегрувати сучасні технологічні рішення, які охоплюють управління базами даних, автоматизацію процесів бронювання та взаємодію з клієнтами через цифрові канали зв'язку. Також критично важливою є імплементація систем аналізу даних для більш точного таргетингу та персоналізації пропозицій, що може забезпечити вищу задоволеність клієнтів та оптимальне ціноутворення. Не слід ігнорувати і необхідність посилення заходів з кібербезпеки, щоб захистити дані клієнтів та компанії. Впровадження цих ініціатив потребуватиме від компанії зусиль та інвестицій, але стратегічний підхід до цифровізації зможе в довгостроковій перспективі значно підсилити позиції «Join Up» на ринку.

6. Запропоновано впровадження інноваційних програмних засоби у діяльність туроператора «Join Up». Впровадження інноваційних програмних засобів може кардинально змінити роботу туроператора, як "Join Up", пропонуючи значні переваги у всіх аспектах його діяльності. Застосування передових технологій, таких як CRM-системи, платформи для онлайн-бронювання, мобільні додатки, аналітичні інструменти, системи управління контентом, чат-боти, та інтеграція з іншими сервісами, не тільки підвищують ефективність внутрішніх процесів і знижують витрати, але й забезпечують кращий сервіс для клієнтів, підвищуючи їх задоволеність та лояльність.

Завдяки аналітиці та персоналізації, "Join Up" може пропонувати клієнтам більш цілеспрямовані та привабливі туристичні продукти, водночас значно підвищуючи свою конкурентоспроможність на ринку. Автоматизація маркетингових кампаній та збільшення ефективності рекламних заходів дозволяють залучати більше нових клієнтів і оптимізувати маркетингові інвестиції. Розробка нових продуктів і послуг, використання інноваційних технологій як штучний інтелект і VR, відкривають нові можливості для створення унікального туристичного досвіду.

Таким чином, стратегічне впровадження програмних інновацій дозволяє "Join Up" не лише вдосконалити оперативні процеси і покращити обслуговування клієнтів, але й підвищує гнучкість та адаптивність компанії в

швидкозмінних ринкових умовах. Це створює потужну основу для тривалого зростання і успіху в галузі.

Список літератури

1. Іванов В.В., Малинецький Г.Г. Цифрова економіка: від теорії до практики. Інновації. 2019. № 12 (30). С. 3-12.
2. Клейман А.А., Бабанчикова О.А. Удосконалення технології продажів туристичного продукту на основі впровадження інноваційних технологій. Вісник Національної академії туризму. № 3(35) липень-вересень 2018. С. 20-26.
3. Millennials, attribute-based selling, "rogue" OTAs - what hospitality looks like in 2020. URL: phocuswire.com/ota-insight-hospitality-forecast-2020
4. Negroponte N. Being Digital. New York: Alfred A. Knopf, 1995. 272 p.
5. Морозов М.А., Морозова Н.С. Нова парадигма розвитку туризму та індустрії гостинності в умовах цифрової економіки. Вісник Національного університету. Серія: «Людина та суспільство». 2018. №1. З. 135-141
6. Tsifrovization turistika. (Digi-talization of Tourism: Who Did Not Have Time, He Was Late). URL: <https://www.tourprom.ru/articles/42/> (дата звернення: 10.04.2024)
7. Зубанов Ф.В. Найкращі світові практики цифрової трансформації туристичної діяльності. URL: <http://digitalbusinessmodel.ru/page7181064.html> (дата звернення: 10.04.2024)
8. UNWTO Tourism Highlights 2018 Edition. URL: http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2018.pdf (дата звернення: 10.04.2024)
9. Усцелімов В.М. Digital-туризм. URL: <https://ictnews.uz/24/05/2018/digital-turizm/> (дата звернення: 10.04.2024)
10. Official site guide in modern tech MakeUseOf. URL: <https://www.makeuseof.com/> (дата звернення: 10.04.2024)
11. Корж Н.В. Використання блокчейн-проектів, які варті уваги. URL: <https://bit.ua/2017/11/7-blokchejn-proektov-kotorye-dostojny-vnimaniya/> (дата звернення: 10.04.2024)

12. Mansfeld Y. Big data. 2019. URL: <https://blog.calltouch/glossary/big-data/> (дата звернення: 09.04.2024)
13. Mansfeld Y. Industrial Internet of Things, IIoT. 2020. URL: <https://www.it.ua/knowledge-base/technology-innovation/promyshlennyj-internet-veschej> (дата звернення: 10.04.2024)
14. Лебедєва Т.Є., Шкунова А.А., Слаутіна М.С. Просування ринку туризму: нове рішення. Інноваційна економіка: перспективи розвитку та вдосконалення. 2020. № 5 (31). С. 81-85.
15. NeosVoc - The Voice Of Your Customer ENG. URL: <https://vimeo.com/327721753> (дата звернення: 10.04.2024)
17. Галатенко В.А. Цифровізація туризму: хто не встиг, той запізнився. Tourprom. 07.2021. URL: <https://www.tourprom/articles/42/> (дата звернення: 10.04.2024)
18. Sharing economy. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Sharing_economy (дата звернення: 10.04.2024)
19. Profi Travel. URL: profi.travel/articles/44636/details (дата звернення: 10.04.2024)
20. Корж Н.В. Що таке CRM-система та як вона працює? 08.2020. URL: <https://www.terrasoft.ua/page/crm-definition> (дата звернення: 10.04.2024)
21. OTA Insight acquires hotel revenue management tech company Kriya RevGen. URL: phocuswire.com/ota-insight-hospitality-forecast-2020 (дата звернення: 10.04.2024)
22. Зубанов Ф.В. Система онлайн-бронювання готелів Booking.com. 06.2020. URL: <https://www.booking.com/index.htm> (дата звернення: 03.04.2024)
23. Нєчева Н.В. Сучасні тенденції розвитку інноваційних ІТ-технологій в туризмі/ Н.В. Нєчева/ Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених (м. Одеса, 10 квітня 2019 р.) / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2019. – 881 с., С. 118-120.

24. Нєчева Н.В. Методи PR у сфері туризму // Глобальні та регіональні аспекти інноваційного розвитку економіки: Всеукраїнська науково-практична конференція молодих вчених 23 березня 2018 р, м. Одеса, ОНЕУ, 212 с., С. 201-203

25. Офіційний сайт туроператора «Join Up» URL: <http://joinup.ua/>.(дата звернення: 10.03.2024)