

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра Туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Реферат
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітньо-кваліфікаційного ступеня магістра
зі спеціальності 242 “Туризм”
(шифр та найменування спеціальності)
за магістерською програмою професійного спрямування
“Економіка та управління туристичною діяльністю”
(назва магістерської програми)

на тему: "Використання інтернет-технологій в розвитку туризму"
(назва теми)

Виконавець:

студент групи 68 факультету міжнародної економіки
(факультет)

Кордюк Євген Володимирович _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Іванов Андрій Миколайович _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Одеса-2018

Загальна характеристика роботи

Актуальність теми. В Україні інформаційні системи, у тому числі, у формі електронних комунікацій, є новим засобом організації туристичної сфери, тому вітчизняними науковцями вони досліджені недостатньо. Разом з тим, неспростовним фактом є те, що в нинішніх умовах використання інформаційних технологій у сфері туристичних послуг є необхідною умовою успішного просування туристичного продукту на національний та міжнародний ринок послуг. Сфера туризму вимагає застосування систем, які за найкоротший проміжок часу можуть надати відомості про доступність транспортних засобів, забезпечити швидке резервування, вирішення ряду питань в момент надання туристичних послуг. Особливо актуальним це є для операторів, що працюють у сфері в'їзного туризму, а отже, мають справу з туристичними агенціями країн, в яких поширення інформаційних технологій має тривалу історію і на даний момент розвивається більш значними темпами.

Завдяки використанню ресурсів персонального комп'ютера та каналів зв'язку було дано перший поштовх до всевітньої інтеграції баз даних та внутрішніх систем бронювання. На ринку туристичних послуг почали з'являтися глобальні дистриб'юторські системи - SABRE, GALILEO, GABRIEL, AMADEUS та інші, які пропонували турагентствам можливість бронювання та доступ до баз даних постачальників туристичних послуг по всьому світу. З появою та поширенням Інтернету, підвищенням комп'ютерної грамотності необхідність в установці спеціального обладнання та навчанні співробітників турагентств, що гальмувала розвиток даних систем, відпала, з'явилась можливість виходу на кінцевого споживача.

Крім глобальних дистриб'юторських систем, отримати інформацію про послуги готелів, забронювати номери можна за допомогою публічних інформаційних порталів та власних сторінок в Інтернеті. Інформаційні портали надають широкий спектр інформації про туристичні фірми, агентства, можливість вибору та замовлення туру, створюють належні умови для того, щоб ознайомитися з новинами туризму, описом курортів, країн, отримати значний обсяг корисної інформації про особливості подорожі та інше. Спеціалізовані web-сторінки містять інформацію про туристичні послуги, оформлення й відправлення замовлень, оформлення документів у режимі он-лайн для розрахунків традиційним шляхом з використанням стандартних засобів.

Однією з новітніх технологій є використання електронного довідника-каталогу, до функцій якого входить вибір туристичного продукту, автоматизованих агентств, оформлення замовлення. Висока ефективність каталогу зумовлена надзвичайно високим обсягом інформації на web-сторінках, яку презентують різними мультимедійними методами з використанням тексту, фото, звуку, відео та інших засобів. Рекламу в Інтернеті доступна без обмеження в будь-який час доби широкому колу споживачів. Саме тому тема дипломної роботи є досить актуальною.

Метою даної кваліфікаційної роботи є оцінка використання Інтернет-технологій на прикладі ТА “Л-тур”, що в місті Одеса (далі – ТА «Л-тур») та особливостей застосування Google Map.

Для досягнення поставленої мети нами було використано наступні **завдання:**

- розглянути історичні аспекти використання інтернет-технологій в туризмі;
- дослідити особливості використання сучасних інтернет-технологій в туризмі;
- дослідити використання Google Map як складової туристичного бізнесу;
- надати організаційну характеристику ТА “Л-тур”;
- проаналізувати веб-сайт ТА “Л-тур”;
- дослідити інтернет-сервіси, які використовує ТА "Л-тур" в своїй діяльності;
- надати пропозиції щодо підвищення якості використання інтернет-технологій ТА "Л-тур".

Об'єктом дослідження є особливості використання інтернет-технологій в туризмі.

Предметом дослідження є кваліфікаційної роботи є теоретичні та практичні аспекти обґрунтування напрямів підвищення ефективності діяльності в туризмі на прикладі ТА "Л-тур".

Теоретичною та методологічною основою дослідження є наукові концепції та теоретичні і практичні розробки вітчизняних та зарубіжних вчених в області ІТ-технологій в туризмі та інформація про діяльність ТА "Л-тур", що в місті Одеса.

Апробація результатів дослідження. Результати кваліфікаційної роботи прийнято на апробацію діяльності туристичним агентством "Л-тур".

Матеріал даної роботи може бути використаний у роботі туристичних операторів, туристичних фірм, маркетологів, які займаються просуванням інформації про компанії та окремі напрямки туристичної діяльності.

Основний зміст роботи

Кваліфікаційна робота складається з трьох розділів основного тексту.

У першому розділі “Використання інтернет-технологій в туризмі” розкриваються основи використання інтернет в туристичній сфері, історія використання та розвиток і сучасні напрямки.

У другому розділі "Особливості використання інтернет-технологій туристичним агенством “Л-тур” надається організаційна характеристика агенства та аналізуються особливості використання агенством сервісів гугл. У третьому “Пропозиції щодо підвищення якості використання інтернет-технологій туристичним агенством “Л-тур” наведені пропозиції для підвищення якості реклами, та заходів щодо покращення конкурентоспроможності туристичної компанії.

Висновки

Інтернет дозволяє туристичним підприємствам долучитися до нових технологій, відкриває нові форми роботи з клієнтами, забезпечує можливість постійної взаємодії зі своїми діловими партнерами, а також доступ до різноманітних інформаційних джерел. Розробка шляхів вдосконалення використання інтернет-технологій у сфері туризму представляє безперечний інтерес не тільки для окремих туристичних підприємств, але може в цілому вплинути на розвиток туристичної галузі в Україні. Зростаюча тенденція використання інтернет-технологій в маркетинговій діяльності туристичних підприємств обумовлена специфічними характеристиками глобальної мережі Інтернет, що значно відрізняються від характеристик традиційних інструментів маркетингу. Одним з основних властивостей середовища Інтернет є його гіпермедійна природа, що характеризується високою ефективністю у поданні та засвоєнні інформації, що значно підвищує можливості маркетингу у посиленні взаємозв'язку підприємств і споживачів. Мережа Internet є ключовим маркетинговим інструментом у діяльності туристичних підприємств, тому метою даної дипломної роботи було визначення ролі інтернет-технологій в маркетинговій діяльності на прикладі одного з туристичних агентств міста Одеси, а саме ТФ «Л-Тур».

У ході аналізу виробничо-економічної та маркетингової діяльності ТА «Л-Тур» було виявлено недооцінку можливостей інтернет-технологій – підприємство слабо використовує новітні засоби для проведення маркетингових досліджень, підтримки ділових зв'язків з партнерами та клієнтами, реклами та просування туристичних продуктів на ринок. Оцівши стан власного сайту підприємства, який є представництвом туристичної фірми в Мережі, були виявлені певні недоліки, що потребують негайного усунення для його ефективного функціонування.

Виявлено наступне.

1. Єдиною формою, за допомогою якої підприємство може повноцінно функціонувати у віртуальному бізнес-середовищі, є веб-сайт. Обслуговування сайту - це процес, в якому відображаються десятки важливих взаємовідносин, пов'язаних із отриманими, відправленими та внутрішніми інформаційними потоками. Наявність сайту означає вихід на глобалізований ринок, в нове комунікаційне середовище із новими ринками, новими клієнтами, новими можливостями підтримки клієнта.

2. Удосконалені існуючі методи аудиту веб-сайту та запропоновані власні методологічні принципи. Діяльність туристичного підприємства у віртуальному середовищі має бути розглянута з позицій дворівневого аналізу та порівняна з кращими підприємствами в віртуальному середовищі: перший рівень - дослідження маркетингової діяльності підприємств у зовнішньому Інтернет- середовищі. Другий рівень - дослідження маркетингової діяльності на власному сайті, яку здійснює підприємство з метою утримання відвідувачів та наступного конвертування цільових споживачів в реальних

покупців, специфіка побудови контенту ресурсу, надання додаткових послуг, анкетування тощо.

3. Доведено, що дворівневий маркетинговий аудит діяльності підприємства на віртуальному ринку надає можливість зрозуміти форму, ступінь та рівень присутності підприємства у віртуальному середовищі, напрямки розвитку з метою підвищення ефективності Інтернет-маркетингової діяльності.

4. В кваліфікаційній роботі розглянуто застосування Інтернет-реклами як засобу комунікативної політики туристичного підприємства та особливості його медіапланування. Визначена переважна особливість Інтернет-реклами: вона полягає у впливі на певні вузькі цільові аудиторії, чого неможливо досягти за допомогою традиційних ЗМІ. Рекламна кампанія в Інтернет - це керований процес, тобто корективи в інтенсивність показів, фокусування реклами й самі рекламні блоки можна вносити безпосередньо в процесі проведення рекламних заходів, є можливість аналізувати ефект заходів в режимі реального часу.

Анотация

Кордюк Є.В.

"Використання інтернет-технологій в розвитку туризму"
кваліфікаційна робота на здобуття освітньо-кваліфікаційного ступеня магістра зі спеціальності 242 "Туризм" за магістерською програмою "Економіка та управління туристичною діяльністю"

Одеський національний економічний університет,
м.Одеса, 2018 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів.

Об'єктом дослідження є особливості використання інтернет-технологій в туризмі.

В роботі розглядаються особливості використання інтернет-технологій в туризмі.

Здійснено оцінку якості використання інтернет-технологій в туризмі.

Розглянуто стан використання інтернет-технологій в діяльності туристичного агентства "Л-тур", запропоновані шляхи підвищення якості використання інтернет-технологій з використанням Google-технологій. Проведено оцінку ефективності впровадження запропонованих елементів використання інтернет-технологій в турагентстві "Л-тур"

Ключові слова: туризм, туристичні послуги, інтернет-технологія, туристичний бізнес, туристичне агенство, реклама, стратегія підвищення якості реклами, Google-технологія.

Annotation

Kordyuk E.V.

"Using Internet Technologies in Tourism Development"
qualifying work for obtaining an educational qualification degree in master's degree in specialty 242 "Tourism" under the master's program "Economics and management of tourism activity"
Odessa National Economic University

Odessa, 2018

Master's qualifying work consists of three sections.

The object of research is the peculiarities of the use of Internet technologies in tourism.

The paper considers features of the use of Internet technologies in tourism.

Realistic assessment of the quality of using Internet technologies in tourism.

The state of the use of inter-technologies in the activity of the travel agency "L-Tour" is considered, ways of improving the quality of using inter-technologies using Google-technologies are proposed. An estimation of efficiency of introduction of offered elements of use of Internet technologies in travel agency "L-tour"

Key words: tourism, tourist services, internet technology, tourism business, travel agency, advertising, advertising quality improvement strategy, Google-technology.

