

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

Кафедра туристичного і готельно-ресторанного бізнесу
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ

на здобуття освітнього ступеня бакалавра

зі спеціальності 242 «Туризм»

за освітньою програмою «Економіка та організація туристичної діяльності»

за темою:

**Управління комунікаційною діяльністю туристичного підприємства
на основі впровадження сучасних інформаційних технологій
(на прикладі мережі туристичних агенцій «Поїхали з нами»)**

Виконавець

студентка __ 4 курсу, гр.10 _____

центру заочної форми навчання

Танасій Ірина Михайлівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к.п.н, доцент кафедри ТіГРБ

(науковий ступінь, вчене звання)

Мартінова Наталя Степанівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. Вплив інформаційних технологій на розвиток всіх сфер економіки, зокрема, на індустрію туризму, яка динамічно розвивається, є дуже великим, оскільки безпосередньо пов'язаний з підвищенням ефективності життя кожного окремого підприємства та туристичного бізнесу в цілому. Це безпосередньо впливає на конкурентоспроможність компанії на сучасному ринку туристичних послуг. Використання комп'ютерних мереж Інтернет, Інтернет-технологій та програмного забезпечення шляхом автоматизації всіх бізнес-процесів у туристичних підприємствах сьогодні – це не лише питання лідерства та створення конкурентних переваг, а й виживання на ринку в найближчому майбутньому. Ефективне автоматизоване управління інформацією та технологіями є частиною складного процесу комунікації у туристичному підприємстві та ключовим елементом підвищення прибутковості та покращення якості послуг. Тому впровадження автоматизованих ІТ-систем є неминучим і необхідним для швидкого та безвідмовного контролю, глибокого аналізу поточної ситуації, швидкості та повноти обслуговування клієнтів у підприємствах індустрії туризму.

Питання сутності інформаційних технологій і напрямів їх застосування в діяльності підприємств виробничої сфери та сфери послуг, процесів інформатизації суспільства стали предметом дослідження в працях таких вчених як: Л. Вінарик, Дж. Веллінгтон, Н. Гарнхем, В. Гужва, С. Ілляшенко, А. Останець, Т. Писаревська, М. Хеллгрєн та ін. Проведені дослідження поняття сучасних ІКТ, їхнього призначення та ролі в суспільстві надають можливість розкрити питання впливу інформаційних технологій на розвиток туристичного бізнесу. Дослідження щодо використання новітніх інформаційних технологій у діяльності підприємств туристичної сфери і туризмі в цілому здійснювали: Р. Баран, В. Джинджоян, С. Мельниченко, М. Скопень та ін. Теоретична та практична розробка проблеми пошуку напрямів вдосконалення використання інформаційно-комунікаційних технологій в управлінні комунікаціями у підприємствах індустрії туризму в умовах поглиблення глобалізації та цифровізації суспільства є **актуальним напрямом** та визначає тему кваліфікаційної роботи.

Практична значущість роботи полягає у визначенні критеріїв оцінки таких інструментів маркетингових комунікацій у туристичному підприємстві як CRM-система та елементи Інтернет-маркетингу для здійснення ефективних комунікацій як в середині компанії, так й зовні із безпосереднім оточенням підприємства, а також як ключових складових успіху туристичного підприємства в умовах глобалізації та цифровізації суспільства.

Мета кваліфікаційної роботи полягає у дослідженні теоретичних і практичних засад управління комунікаціями туристичної компанії з використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій та

обґрунтуванні пропозицій щодо заходів його удосконалення цього процесу в умовах поглиблення глобалізації та цифровізації суспільства.

Відповідно до мети дослідження в кваліфікаційній роботі були поставлені наступні **завдання**:

- розкрити зміст поняття «інформаційно-комунікаційні технології», їхнє призначення та функції, а також особливості використання в сучасній індустрії туризму;

- обґрунтувати теоретичні засади управління комунікаціями у туристичному підприємстві із застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій та дослідити досвід їхнього використання у національних та зарубіжних туристичних компаніях;

- надати загальну організаційно-економічну характеристику діяльності ТОВ «Мережа туристичних агенцій «Поїхали з нами»;

- здійснити оцінку CRM-системи компанії як засобу внутрішньої та зовнішньої комунікації та ключового елементу бізнесу мережі;

- проаналізувати стан використання інструментів Інтернет-маркетингу, які існують у ТОВ «Мережа туристичних агенцій «Поїхали з нами» та деяких інших інформаційно-комунікаційних технологій;

- запропонувати шляхи удосконалення управління комунікаціями туристичної компанії з використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у ТОВ «Мережа туристичних агенцій «Поїхали з нами» в умовах глобалізації і цифровізації.

Об'єктом дослідження є процес управління комунікаціями туристичної компанії з використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у товаристві з обмеженою відповідальністю (ТОВ) «Мережа туристичних агенцій «Поїхали з нами». **Предметом дослідження** є сукупність інформаційно-комунікаційних технологій мережі як інструментів внутрішньої та зовнішньої комунікації та ключових елементів успіху бізнесу.

Теоретичною основою роботи служать праці вітчизняних та закордонних вчених в області інформації та комунікації, інформаційно-комунікаційних технологій та програмних продуктів для підприємств, туристичного менеджменту та маркетингу, маркетингових комунікацій, інформаційних технологій в туризмі, економічного та фінансового аналізу, підприємницької діяльності та інші джерела. **Інформаційною базою** для написання кваліфікаційної роботи послужили нормативно-правові акти в сфері туризму та підприємництва, статистичні дані галузевих збірників, звітні матеріали та дані ТОВ «Мережа туристичних агенцій «Поїхали з нами», дані інформаційних туристичних порталів, а також результати опитувань клієнтів фірми, які проведені нами особисто.

У роботі знайшли своє застосування наступні **методи дослідження**: системний аналіз, порівняльно-зіставний аналіз, економічний аналіз фінансових показників, огляд літературних джерел, спостереження, опитування.

Структура та зміст кваліфікаційної роботи: робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи 94 сторінок тексту. Робота містить 21 таблицю, 26 рисунків, список використаної літератури складається із 45 найменувань.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ** розглянуто такі питання.

Розглянуто сутність, призначення та функції інформаційно-комунікаційних технологій, а також особливості їхнього використання в сучасній індустрії туризму. Нами узагальнено точки зору на основні напрями застосування ІКТ в туризмі, серед яких ми виокремили ті, що мають відношення до стратегічного управління турфірмою та маркетингових функцій. Визначено теоретичні засади управління комунікаціями у туристичному підприємстві із застосуванням ІКТ. Питання, маркетингової діяльності на туристичних підприємствах з використанням сучасних ІКТ в умовах поглиблення глобалізації та цифровізації в суспільстві дуже актуальні. На прикладі досвіду національних та зарубіжних туристичних компаній охарактеризований стан впровадження інформаційно-комунікаційних технологій у діяльність підприємств індустрії туризму та гостинності.

У другому розділі **ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ З ВИКОРИСТАННЯМ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У МЕРЕЖІ ТУРИСТИЧНИХ АГЕНЦІЙ «ПОЇХАЛИ З НАМИ»** досліджено діяльність об'єкту роботи.

У розділі проведено дослідження процесу управління комунікаціями з використанням сучасних ІКТ у найкрупнішій в Україні туристичній компанії-консолідаторі ТОВ «Мережа туристичних агенцій «Поїхали з нами»». Надано коротку характеристику компанії та проаналізовано її кадрову політику, фінансово-економічну діяльність. ТОВ «Мережа туристичних агенцій «Поїхали з нами»» займає на ринку туристичних послуг України доволі стійке положення, що підтверджується даними оцінки його фінансово-економічної діяльності за період 2020-2021 рр.; компанія змогла утримати свої провідні позиції після пандемії COVID-19 та успішно розвивається, головним чином за рахунок розробки, впровадження та активного використання сучасних ІКТ. Офіси мережі компанії, які працюють на засадах франчайзингу, спроможні запропонувати споживачам будь-які тури во всі куточки світу, а також спектр додаткових послуг, які оновлюються. Здійснено оцінку CRM-системи компанії як засобу комунікації та ключового елементу бізнесу мережі «Поїхали з нами» у його внутрішньому середовищі.

Проведений аналіз використання інструментів Інтернет-маркетингу – сайту компанії і соціальних мереж – а також елементів ІКТ у діяльності мережі, зокрема, програми 1С: Бухгалтерія 8 з метою покращення управлінського обліку в компанії.

У третьому розділі **УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ З ВИКОРИСТАННЯМ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У МЕРЕЖІ ТУРИСТИЧНИХ АГЕНЦІЙ «ПОЇХАЛИ З НАМИ» В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА** надані такі пропозиції.

На основі визначення перспективної цільової групи для ТОВ мережа туристичних агенцій «Поїхали з нами» – туристи, які подорожують світом індивідуально, розроблено анкету щодо вимог таких споживачів до інформаційно-комунікаційних технологій при організації подорожей. На основі результатів опитування обґрунтовано напрями вдосконалення використання інформаційно-комунікаційних технологій в управлінні комунікаціями в мережі туристичних агенцій «Поїхали з нами» як суб'єкту туристичного бізнесу, що працює в умовах поглиблення глобалізації та цифровізації суспільства. Це передбачає пропозиції щодо розробки та впровадження бізнес-процесу «Аналіз ринку і потреб споживачів» у мережі Інтернет та за допомогою CRM-системи турфірми. Потребують удосконалення існуючі інструменти Інтернет-маркетингу в мережі туристичних агенцій «Поїхали з нами», а також впровадження нові.

ВИСНОВКИ

В результаті дослідження теоретичних засад управління комунікаціями туристичної компанії на основі сучасних ІКТ в умовах поглиблення процесів глобалізації та поширення цифровізації нами зроблено наступні висновки.

Туристична сфера розвивається як інформаційна насичена, оскільки характеризується стійкістю до зовнішніх впливів, динамічністю бізнес-процесів, різноманітністю ділових зв'язків із партнерами, індивідуалізацією туристичних послуг, технологічним удосконаленням та високою конкуренцією. У зв'язку з цим, розвиток туристичного бізнесу стає неможливим без подальшого впровадження сучасних ІКТ. Ми вважаємо, що найбільшої уваги потребують напрями застосування ІКТ в туристичних компаніях, які мають відношення до стратегічного управління та маркетингових функцій.

Питання, пов'язані з формуванням маркетингової комунікаційної політики на туристичних підприємствах з використанням сучасних ІКТ в умовах поглиблення глобалізації та цифровізації в суспільстві дуже актуальні. У практичній діяльності туристичних підприємств застосовуються різноманітні види інформаційних технологій, а саме: глобальні розподільчі

системи; системи бронювання та резервування; електронні інформаційні системи; інформаційні системи менеджменту; мобільні системи зв'язку; послуги глобальної комп'ютерної мережі Інтернет та ін. Нами відзначено, що важливо запроваджувати сучасні ІКТ при здійсненні всієї маркетингової діяльності в турфірмах, зокрема, на стадії проведення маркетингових досліджень, що зробить подальший виробничий процес більш ефективний та відповідатиме вимогам споживачів.

Аналіз тенденцій розвитку туристичної галузі в Україні вказує на те, що вітчизняні підприємства туристичної індустрії хоча й мають досвід впровадження сучасних ІКТ в діяльність, але все ж таки суттєво відстають від діджиталізації господарських процесів та розробки комплексу маркетингу засобами цифрових комунікацій. Підприємства малого бізнесу в сфері туризму знаходяться в протиріччі – з одного боку у відставанні від конкурентів та сучасних тенденцій, з іншого – нестачею фінансових ресурсів та кваліфікованого персоналу для забезпечення успішного впровадження ІКТ. Такий стан характерний для підприємств малого бізнесу й в інших країнах (Польща, Німеччина).

Об'єктом аналізу даної кваліфікаційної роботи є ТОВ «Мережа туристичних агенцій «Поїхали з нами»» – туристичне агентство-консолідатор, найбільше на туристичному ринку України. Мережа нараховує біля 400 офісів в 122 містах України, в підприємствах-партнерах мережі працюють 950 співробітників та 1,5 млн. туристів, які вже користувалися послугами підприємств мережі; 98% офісів мережі працюють на підставі договору комерційної концесії (франчайзинг). Сфера діяльності підприємства – продаж різноманітних туристичних продуктів (гарячі тури, путівки, екскурсійні тури тощо) різних туристичних операторів по всьому світові. Основні туристичні напрямки компанії – Туреччина та Єгипет. «Поїхали з нами» активно розвивала різні додаткові напрями: «працевлаштування за кордоном», курси менеджерів з туризму, також планується розвиток окремої мережі у напрямку операторської діяльності – пропозиції турів Україною. «Поїхали з нами» – найбільша мережа турагентств в Україні (є також офіси в інших країнах світу) станом на початок 2023 року, яка пропонує широкій рівень організації та обслуговування подорожей різних категорій клієнтів, від ділових поїздок до екзотичних турів, та співпрацює з відомими туроператорами («Pegas», «Anex Tour» та ін.).

Розрахункова частина роботи виконана на прикладі центрального офісу компанії в м.Київ, який також працює як звичайний офіс з прийому замовлень туристів на обслуговування. Загальна кількість штатних працівників центрального офісу – 20 осіб, без урахування працюючих за іншими формами. Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Мережа туристичних агенцій «Поїхали з нами» у період 2020-2021 рр. показав наступне:

- за аналізований період кількість туристів, яку було обслуговувано незначно зменшилась; при цьому збільшилась кількість наданих туро-днів. В

цілому підприємству вдалося утримати рівень обсягу реалізації туристичних послуг (в основному за рахунок туристів, які виїжджали за кордон), тим самим не допустивши значного падіння попиту, що характерно для періоду після 2019р. для значної більшості туристичних підприємств в Україні;

- в цілому підприємство є прибутковим, про що свідчить показник чистого прибутку, який має тенденцію до підвищення за аналізований період. Прибутковість підприємство забезпечує постійний дохід у вигляді роялті від франчайзі мережі та додаткові доходи від інших послуг (курси для менеджерів туризму та деякі інші);

- аналіз окремих показників рентабельності надає підстави стверджувати, що, в цілому, за рахунок ефективного використання коштів підприємство функціонує прибутково та покриває свої витрати.

Створення міцного колективу, здатного вирішувати завдання незалежно від рівня їхньої складності, зацікавленість кожного співробітника підприємства в досягненні загального результату були і залишаються основними принципами кадрової політики ТОВ «Мережа туристичних агенцій «Поїхали з нами» як для персоналу власних офісів, так й для команд підприємств, які знаходяться у мережі на засадах договорів франчайзингу. Однак, як було зазначено, на досліджуваному підприємстві виявлені проблеми пов'язані з плинністю кадрів та мотивацією. Кадрова політика формується довкола таких напрямів роботи з персоналом: наймання робочої сили, ставлення організації до капіталовкладень у робочу силу, розвиток ставлення організації до нових працівників.

Місією компанії ТОВ «Мережа туристичних агенцій «Поїхали з нами» є якісне надання туристичних послуг. Також керівництво компанії прагне встановлювати високу планку конкурентоспроможності. Мережа має величезні людські ресурси, зокрема, робітників з високим професійним рівнем та кваліфікаційними навичками. Керівництво компанії прагне до запровадження інновацій, зокрема, в сфері ІКТ.

В результаті аналізу стану використання елементів ІКТ в діяльності ТОВ «Мережа туристичних агенцій «Поїхали з нами» нами встановлено що, обсяг та структура застосування інформаційних технологій на підприємствах малого та середнього бізнесу залежить від можливостей підприємства та вимог до забезпечення їхньої конкурентоспроможності. ТОВ «Мережа туристичних агенцій «Поїхали з нами» має офіційний сайт в Інтернеті, де в доступній формі, що відповідає сучасним інформаційним стандартам, потенційний турист компанії може знайти корисну для себе інформацію. Так, в компанії розроблена та діє потужна CRM-система, як засіб внутрішньої та зовнішньої комунікації та є ключовим елементом бізнесу мережі «Поїхали з нами». Отримало активного використання інструменти Інтернет-маркетингу, які розроблено та поширено у мережі, зокрема, просування у соціальних мережах з найбільшим охоптом аудиторії: Facebook, Telegram, Viber, є свій канал в YouTube. У ТОВ «Мережа туристичних агенцій «Поїхали з нами»

застосовується програма „1С: Бухгалтерія 8”, яка є ефективним засобом управління фінансово-економічною діяльністю фірми.

ТОВ «Мережа туристичних агенцій «Поїхали з нами» орієнтоване на осучаснення своєї маркетингової діяльності шляхом впровадження інноваційних маркетингових технологій, такі як Інтернет-маркетинг, що в перспективі може стати конкурентоспроможним у порівнянні з підприємствами, що надають перевагу традиційним способам ведення діяльності. Застосування різноманітних інструментів інноваційних маркетингових технологій туристичними підприємствами мережі «Поїхали з нами» є одним із найбільш актуальних напрямів не тільки просування туристичних продуктів і підтримання комунікаційного зв'язку зі споживачами, але й ефективний спосіб розвитку бізнесу в цілому.

Використовуючи результати анкетування та висновки, можна говорити про напрями розвитку ІКТ для компаній індустрії гостинності та туризму загалом і ТОВ «Мережа туристичних агенцій «Поїхали з нами», зокрема. Перспективним у розвиток туркомпанії може бути наступний досвід.

На основі визначення перспективної цільової групи для ТОВ мережа туристичних агенцій «Поїхали з нами» – туристи, які подорожують світом індивідуально, розроблено анкету щодо вимог таких споживачів до інформаційно-комунікаційних технологій при організації подорожей. На основі результатів опитування обґрунтовано напрями вдосконалення використання інформаційно-комунікаційних технологій в управлінні комунікаціями в мережі туристичних агенцій «Поїхали з нами» як суб'єкту туристичного бізнесу, що працює в умовах поглиблення глобалізації та цифровізації суспільства. Це передбачає пропозиції щодо розробки та впровадження бізнес-процесу «Аналіз ринку і потреб споживачів» у мережі Інтернет та за допомогою CRM-системи турфірми. Потребують удосконалення існуючі інструменти Інтернет-маркетингу в мережі туристичних агенцій «Поїхали з нами» (веб-сайту, профілів у соціальних мережах тощо), а також впровадження нові, зокрема, інструменти мобільного маркетингу – мобільний додаток до веб-сайту за напрямом «екскурсійні тури» для просування серед туристів-індивідуалів.

Вивчення такого нововведення в маркетингових інструментах, як мобільний маркетинг, показало великі перспективи його використання в туристичній сфері. Оскільки у світі збільшується використання різних пристроїв мобільного зв'язку (телефони, смартфони, планшети), то реклама активно переміщається в Інтернет простір. Отже, ключовою метою створення мобільного додатку туристичного підприємства «Поїхали з нами» до основного веб-сайту буде створення ефективного каналу залучення потенційних споживачів-індивідуалів з напрямом «екскурсійні тури».

АНОТАЦІЯ

Танасій І.М., Управління комунікаційною діяльністю туристичного підприємства на основі впровадження сучасних інформаційних технологій (на прикладі мережі туристичних агенцій «Поїхали з нами»)

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 242 «Туризм» за освітньою програмою «Економіка та організація туристичної діяльності» – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2023.

В роботі визначено теоретичні засади управління комунікаціями туристичної компанії на основі сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. Розглянуто сутність, призначення та функції інформаційно-комунікаційних технологій, а також особливості їхнього використання в сучасній індустрії туризму. Розглянуті теоретичні засади управління комунікаціями у туристичному підприємстві із застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій. На прикладі досвіду національних та зарубіжних туристичних компаній охарактеризований стан впровадження інформаційно-комунікаційних технологій у діяльність підприємств індустрії туризму та гостинності.

Надано організаційно-економічну характеристику діяльності ТОВ «Мережа туристичних агенцій «Поїхали з нами». Здійснено оцінку CRM-системи компанії як засобу внутрішньої та зовнішньої комунікації та ключового елементу бізнесу мережі «Поїхали з нами». Проаналізовано стан використання інструментів Інтернет-маркетингу, які існують у мережі та деяких інших інформаційно-комунікаційних технологій.

На основі визначення перспективної цільової групи для ТОВ мережа туристичних агенцій «Поїхали з нами» – туристи, які подорожують світом індивідуально, розроблено анкету щодо вимог таких споживачів до інформаційно-комунікаційних технологій при організації подорожей. На основі результатів опитування обґрунтовано напрями вдосконалення використання інформаційно-комунікаційних технологій в управлінні комунікаціями в мережі туристичних агенцій «Поїхали з нами» як суб'єкту туристичного бізнесу, що працює в умовах поглиблення глобалізації та цифровізації суспільства.

Ключові слова: комунікації, інформаційно-комунікаційні технології, управління маркетинговими комунікаціями у туристичному підприємстві, CRM-система, Інтернет-маркетинг

ANNOTATION

Tanasii I.M., Management of communication activities in a tourist enterprise based on the implementation of modern information technologies (on the example of travel agencies network «Come with us»)

The qualifying work for obtaining an educational bachelor's degree in specialty 242 "Tourism" for educational program "Economy and organization of tourist activities". Odessa National Economic University, Odessa, 2023

Diploma thesis identifies the theoretical principles of communication management of a tourist company based on modern information and communication technologies. The essence, purpose and functions of information and communication technologies as well as the peculiarities of their using in the modern tourism industry are considered. The theoretical principles of communication management in a tourist enterprise with the use of information and communication technologies are considered. Conditions of information and communication technologies implementation in the activities of the tourism and hospitality industry enterprises is characterized on the example of the experience of national and foreign tourism companies.

The organizational and economic characteristics of the activity of travel agencies network "Come with us " are provided. The company's CRM system was evaluated as a means of internal and external communication and a key element of the network business. The state of using of Internet marketing tools which exist in the network and other information and communication technologies is analyzed.

Based on the definition of a perspective target group for the "Come with us" travel agency network (these are tourists who travel the world individually) a questionnaire regarding the requirements of such tourists for information and communication technologies during tips organization was developed. Based on the results of the survey there were substantiated directions for improving the use of information and communication technologies in the management of communications in the travel agencies network "Come with us" as a subject of tourism business operating in the conditions of deepening globalization and digitalization of society.

Keywords: communications, information and communication technologies, management of marketing communications in a tourist enterprise, CRM system, Internet marketing