

**МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА
РОБОТА**

04.02 – МКР. 1969 «С» 2023.10.30. 015 ПЗ

ШЕВЧЕНКО АНТОН ДМИТРОВИЧ

2024 р.

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

ННІ неперервної освіти і туризму

УДК 005.591.6:338.486.23(100)

ПОГОДЖЕНО
Директор
ННІ неперервної освіти і туризму

_____ Іван ГРИЦЕНКО
(підпис)

« ____ » _____ 2024 р.

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри
готельно-ресторанної справи та туризму

_____ Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО
(підпис)

« ____ » _____ 2024 р.

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: «Інноваційні технології міжнародного туристичного оператора»

Спеціальність 242 «Туризм»

Освітня програма «Міжнародний туристичний бізнес»

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

Гарант освітньої програми
к. е. н., доцент

Стефанія МОСІЮК

(підпис)

Керівник магістерської
кваліфікаційної роботи
д. е. н., професор

Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО

(підпис)

Виконав

Антон ШЕВЧЕНКО

(підпис)

КИЇВ – 2024

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**
ННІ неперервної освіти і туризму

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
готельно-ресторанної справи та туризму

д.е.н., професор _____ Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО
(підпис)
«15» листопада 2023 р.

ЗАВДАННЯ
ДО ВИКОНАННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ
СТУДЕНТУ

Шевченку Антону Дмитровичу

Спеціальність: 242 «Туризм і рекреація»
Освітня програма: «Міжнародний туристичний бізнес»
Орієнтація освітньої програми: освітньо-професійна

Тема магістерської кваліфікаційної роботи: «Інноваційні технології міжнародного туристичного оператора»

Затверджена наказом ректора НУБіП України від «30» жовтня 2023 р. № 1969 «С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру до: 20.10.2024 р.

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи: законодавчі та нормативні акти України, матеріали Державної служби статистики України, наукові праці зарубіжних та вітчизняних авторів, матеріали науково-практичних конференцій, результати діяльності туристичного оператора.

Об'єкт дослідження – процес застосування інноваційних технологій міжнародним туристичним оператором.

Предмет дослідження – методичні та практичні підходи до застосування інноваційних технологій міжнародним туристичним оператором.

Мета дослідження – розроблення та обґрунтування методичних і практичних засад застосування інноваційних технологій міжнародним туристичним оператором.

Перелік завдань, які повинен виконати здобувач вищої освіти для досягнення поставленої мети:

- провести аналіз зарубіжних і вітчизняних джерел щодо визначення понять та сутності інноваційних технологій в туристичній діяльності;
- розкрити особливості застосування інноваційних технологій в туризмі;
- визначитись з методичними підходами щодо застосування інноваційних технологій міжнародним туристичним оператором;
- проаналізувати результати діяльності міжнародного туристичного оператора;
- оцінити процес застосування інноваційних технологій міжнародним туристичним оператором;
- дослідити вплив інноваційних технологій на результати діяльності міжнародного туристичного оператора;
- запропонувати нові інноваційні технології в діяльності міжнародного туристичного оператора;
- обґрунтувати запропоновані заходи.

Дата видачі завдання: 15 листопада 2023 р.

**Керівник магістерської
кваліфікаційної роботи**

д.е.н., проф.

науковий ступінь, вчене звання

_____ (підпис)

Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО

(ім'я та прізвище)

**Завдання прийняв до
виконання**

_____ (підпис) **Антон ШЕВЧЕНКО**
(ім'я та прізвище)

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ПІДГОТОВКИ ТА ЗАХИСТУ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

№ з/п	Етапи підготовки та захисту магістерської кваліфікаційної роботи	Термін виконання	Примітки (фактично виконано)
1.	Вибір теми кваліфікаційної роботи, підготовка завдання, складання плану, вступу, консультації з проведення дослідження	<i>1 листопада – 10 грудня 2023 р.</i>	виконано
2.	Підготовка першого розділу роботи	<i>11 грудня 2023 р.- 1 лютого 2024 р.</i>	виконано
3.	Підготовка другого розділу роботи	<i>2 лютого – 30 березня 2024 р.</i>	виконано
4.	Підготовка третього розділу роботи	<i>1 квітня – 30 травня 2024 р.</i>	виконано
5.	Підготовка тез за результатами виконаної роботи	<i>до 30 червня 2024 р.</i>	виконано
6.	Підготовка висновків, списку використаних джерел та додатків. Оформлення роботи відповідно до встановлених вимог, передача на перевірку керівникові.	<i>до 1 вересня 2024 р.</i>	виконано
7.	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень керівника (консультанта)	<i>до 30 вересня 2024 р.</i>	виконано
8.	Перевірка роботи на академічний плагіат	<i>1-10 жовтня 2024 р.</i>	виконано
9.	Отримання відгуку керівника роботи	<i>11-15 жовтня 2024 р.</i>	виконано
10.	Отримання зовнішньої рецензії	<i>16-20 жовтня 2024 р.</i>	виконано
11.	Постерна презентація роботи	<i>21-25 жовтня 2024 р.</i>	виконано
12.	Подача роботи на кафедру	<i>16-30 жовтня 2024 р.</i>	виконано
13.	Підготовка доповіді і презентації.	<i>1-4 листопада 2024 р.</i>	виконано
14.	Допуск магістерської кваліфікаційної роботи до захисту завідувачем кафедри	<i>5 листопада 2024 р.</i>	виконано
15.	Захист роботи перед екзаменаційною комісією	<i>Відповідно до графіка</i>	виконано

Відгук керівника магістерської кваліфікаційної роботи

Студент провів дослідження на актуальну тему, оскільки динамічність розвитку туристичного бізнесу обумовлює необхідність застосування інноваційних технологій в процесі створення, просування та реалізації туристичного продукту.

В роботі здійснено компаративний аналіз вітчизняних і зарубіжних джерел інформації, результати якого дали змогу визначити сутність інноваційних технологій та особливості їх застосування в туристичному бізнесі. Методичні підходи до застосування інноваційних технологій стали основою для оцінки процесу їх застосування міжнародним туристичним оператором. Аналіз результатів діяльності міжнародного туристичного оператора "Coral Travel", м. Київ дав можливість виявити слабкі та сильні, а також дослідити вплив інноваційних технологій на них.

Для усунення виявлених недоліків та забезпечення перспективного розвитку підприємства запропоновано нові інноваційні технології в діяльності міжнародного туристичного оператора та здійснено їх обґрунтування.

Магістерську кваліфікаційну роботу виконано відповідно до вимог і вона рекомендується до захисту в екзаменаційній комісії.

Керівник магістерської
кваліфікаційної роботи

_____ **Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО**
(підпис, дата)

Висновок про магістерську кваліфікаційну роботу

Магістерська кваліфікаційна робота студента **Шевченко А.Д.**
(прізвище, ініціали)
може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої
програми

_____ **Стефанія МОСЮК**
(підпис)

Завідувач кафедри

_____ **Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО**
(підпис)

«___» _____ 2024 р.

АНОТАЦІЯ

ШЕВЧЕНКО А.Д. «Інноваційні технології міжнародного туристичного оператора»: маг. робота: спец. 242 «Туризм і рекреація» / Антон Дмитрович Шевченко; НУБіП України; кафедра готельно-ресторанної справи та туризму; керівник С.В. Мельничекно, д.е.н., проф. – Київ, 2024. 113 с.

У дослідженні аналізуються інноваційні технології, які застосовуються міжнародним туристичним оператором "Coral Travel" у місті Київ. Робота складається з трьох основних розділів, у яких розглядаються теоретичні засади інноваційних технологій у туристичній діяльності, оцінка їх застосування на прикладі "Coral Travel" та рекомендації щодо удосконалення процесів впровадження нових технологій.

У першому розділі визначається суть і різновиди інноваційних технологій у туризмі, їх особливості та методичні підходи до використання. Зокрема, наголошується на важливості технологічних інновацій для підвищення конкурентоспроможності туристичних операторів.

Другий розділ присвячений детальному аналізу діяльності "Coral Travel", включаючи оцінку результатів застосування інноваційних технологій. Досліджується вплив цих технологій на фінансові та операційні показники компанії, що дозволяє зробити висновки про їх ефективність.

У третьому розділі наводяться рекомендації щодо впровадження нових інноваційних технологій, а також економічне обґрунтування запропонованих заходів. Це сприятиме підвищенню продуктивності та конкурентоспроможності "Coral Travel" на ринку туристичних послуг.

Дослідження підкреслює важливість інновацій у розвитку туристичного бізнесу та надає практичні рекомендації для покращення діяльності міжнародних туристичних операторів в умовах сучасного ринку.

Ключові слова: інноваційні технології, міжнародний туристичний оператор, Coral Travel, туристична діяльність, туризм.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ МІЖНАРОДНИМ ТУРИСТИЧНИМ ОПЕРАТОРОМ.....	7
1.1. Інноваційні технології в туристичній діяльності: сутність та види.	11
1.2. Особливості застосування інноваційних технологій в туризмі.	22
1.3. Методичні підходи до застосування інноваційних технологій міжнародним туристичним оператором.	30
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТУРИСТИЧНИМ ОПЕРАТОРОМ «CORAL TRAVEL», М. КИЇВ	41
2.1. Аналіз результатів діяльності міжнародного туристичного оператора.....	41
2.2. Оцінка процесу застосування інноваційних технологій оператором...	52
2.3. Дослідження впливу інноваційних технологій на результати діяльності туристичного оператора.	63
РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТУРИСТИЧНИМ ОПЕРАТОРОМ «CORAL TRAVEL», М. КИЇВ.....	72
3.1. Нові інноваційні технології в діяльності міжнародного туристичного оператора.....	72
3.2. Економічне обґрунтування запропонованих заходів.	86
ВИСНОВКИ.....	92
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	97
ДОДАТКИ.....	104

ВСТУП

Актуальність обраної теми обумовлена тим, що інноваційна діяльність сьогодні необхідна в багатьох сферах бізнесу, зокрема й у туризмі. Ця галузь, яка динамічно розвивається, потребує нових підходів та ідей для зміцнення позицій у конкурентному середовищі. Щоб забезпечити стабільний дохід та ріст компанії, важливо вміти зацікавити туристів, чого можна досягти саме завдяки впровадженню інновацій, які виділяють компанію серед конкурентів.

Повномасштабна війна в Україні суттєво змінила туристичний ринок, призвела до зниження попиту на подорожі та необхідності адаптації бізнес-моделей до нових реалій. В таких умовах впровадження інноваційних технологій стає критично важливим для підвищення конкурентоспроможності, оптимізації витрат та покращення обслуговування клієнтів. Стан проблеми дослідження полягає в тому, що, попри значний потенціал інновацій, багато туристичних операторів в Україні не готові до їх активного впровадження через брак ресурсів, знань та технічної бази. В умовах війни це питання набуває особливої актуальності, оскільки інновації можуть стати шляхом до відновлення галузі після кризового періоду.

Крім того, наукові дослідження в сфері туристичних технологій в Україні ще не охоплюють усі аспекти адаптації до воєнних умов, що створює прогалини в знаннях та практиках. Тому результати цього дослідження можуть заповнити ці прогалини, запропонувавши ефективні рішення та стратегії, які допоможуть туристичним операторам не лише вижити, але й процвітати в нових умовах. Це дослідження також має потенціал для застосування в інших секторах економіки, що переживають кризу, сприяючи загальному відновленню та розвитку економіки України.

Отже, актуальність дослідження інноваційних технологій у міжнародному туристичному операторі підтверджується сучасними викликами, зростаючою конкуренцією, недостатньою кількістю детальних досліджень у цій сфері, а також важливістю для практичних аспектів галузі.

Гіпотеза дослідження полягає в тому, що впровадження нових інноваційних технологій міжнародного туристичного оператора «Coral Travel» позитивно вплине на економічну ефективність його діяльності, підвищуючи конкурентоспроможність і покращуючи якість обслуговування клієнтів.

Мета дослідження – розроблення та обґрунтування методичних і практичних засад застосування інноваційних технологій міжнародним туристичним оператором.

Завдання дослідження полягають у наступному:

1. Визначити сутність та класифікацію інноваційних технологій, що використовуються в туристичній діяльності.
2. Проаналізувати особливості застосування інноваційних технологій у сфері туризму та їхню роль у покращенні сервісу.
3. Розглянути методичні підходи до впровадження інноваційних технологій міжнародними туристичними операторами.
4. Провести аналіз результатів діяльності міжнародного туристичного оператора «Coral Travel» за останні кілька років.
5. Оцінити процес впровадження інноваційних технологій у діяльність оператора та його ефективність.
6. Дослідити вплив інноваційних технологій на фінансові результати діяльності туристичного оператора.
7. Визначити нові інноваційні технології, які можуть бути впроваджені в діяльність «Coral Travel» для підвищення ефективності.
8. Розробити економічне обґрунтування запропонованих заходів щодо впровадження інноваційних технологій у компанії.

Об'єкт дослідження – процес застосування інноваційних технологій міжнародним туристичним оператором.

Предмет дослідження – методичні та практичні підходи до застосування інноваційних технологій міжнародним туристичним оператором «Coral Travel».

Теоретична основа дослідження. Проблемі дослідження інноваційних технологій у міжнародному туристичному операторі присвячено праці вітчизняних та іноземних дослідників, а саме: О.В. Гаврилук [8], О. Є. Гарбера [9], Д.В. Грибова [9], В.В. Джинджоян [13], Г.Я. Ільницька-Гикавчук [20], В.І. Кифяк [21], С.В. Коляденко [24], А.О. Левицький [32], О.В. Музиченко-Козловська [39], С.В. Філіппова [56]. Незважаючи на те, що в останні роки спостерігається зростання уваги до інноваційних технологій у туризмі, існує недостатня кількість досліджень, які б детально аналізували конкретні приклади впровадження цих технологій у діяльність туристичних операторів.

Інформаційна база дослідження складається з наукових праць вітчизняних та зарубіжних дослідників щодо інноваційних технологій у туризмі, аналітичних звітів туристичної галузі, внутрішніх даних компанії «Coral Travel» про результати діяльності, статистичних даних Державної служби статистики України та матеріалів міжнародних організацій (UNWTO, WTTC), які висвітлюють сучасні тенденції розвитку туризму.

Методична основа роботи. У дослідженні застосовано загальнонаукові та спеціальні методи, які дозволяють комплексно дослідити вплив інноваційних технологій на діяльність міжнародного туристичного оператора. Зокрема, метод аналізу використовувався для вивчення наукових джерел і статистичних даних, що дозволило узагальнити теоретичні основи та сучасні тенденції інновацій у туризмі. Метод порівняння допоміг співставити результати діяльності туристичного оператора «Coral Travel» до та після впровадження інноваційних технологій. Для оцінки економічної ефективності застосовувалися методи економічного аналізу, що дали можливість проаналізувати фінансові показники компанії. Крім того, використано метод прогнозування для обґрунтування перспектив впровадження нових технологій у діяльність компанії.

Наукова новизна дослідження полягає в систематизації та аналізі впливу інноваційних технологій на економічну ефективність діяльності міжнародного туристичного оператора «Coral Travel», що не отримало достатньої уваги в

існуючих наукових працях:

- *запропоновано* новий підхід до класифікації інноваційних технологій, що використовуються в туризмі, з акцентом на їхній вплив на якість обслуговування клієнтів;
- *розглянуто* специфічні методи впровадження цих технологій, адаптовані до умов українського ринку;
- *сформовано* заходи щодо оптимізації впровадження інноваційних технологій базуються на новітніх економічних моделях, що дозволяє підвищити конкурентоспроможність туристичного оператора.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що вони можуть бути використані для вдосконалення стратегії впровадження інноваційних технологій у діяльності міжнародного туристичного оператора «Coral Travel», що, в свою чергу, сприятиме підвищенню економічної ефективності компанії. Рекомендації, розроблені в рамках дослідження, дозволять оператору оптимізувати процеси обслуговування клієнтів, покращити якість послуг та підвищити конкурентоспроможність на ринку.

Апробація результатів роботи і публікації. За темою дослідження, автором опубліковано тези у збірнику: *Інноваційні технології в діяльності міжнародного туристичного оператора. Гостинність і туризм майбутнього: наукові та практичні горизонти*: збірник тез доповідей III-ої міжнародної науково-практичної конференції (16- 17 травня 2024 р.). Київ: НУБіП України. 2024. С. 217-218.

Структура роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел із 64 найменувань. Загальний обсяг роботи становить 113 сторінок, основний текст викладено на 95 сторінках. Робота містить 22 таблиці, 19 рисунків, 4 додатки.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ МІЖНАРОДНИМ ТУРИСТИЧНИМ ОПЕРАТОРОМ

1.1. Інноваційні технології в туристичній діяльності: сутність та види

У сучасному світі туризм відіграє важливу роль у соціально-економічному розвитку країн, стимулюючи зростання інших галузей економіки та сприяючи культурному обміну між народами. Проте з розвитком технологій та зростанням вимог сучасних споживачів туристичної продукції традиційні підходи до організації туристичної діяльності перестають бути ефективними. Інновації стали невід'ємною частиною туристичного бізнесу, змінюючи підходи до створення туристичних продуктів, їх просування та обслуговування клієнтів. Відповідно до мети дослідження, проаналізуємо тлумачення сутності ключових понять: «інновації» та «інноваційні технології» в контексті туризму.

Загальноприйнятого, єдиного тлумачення поняття «інновація» не існує. Проте варто відзначити зростаючу важливість впровадження інновацій у бізнес, адже інноваційна діяльність є найважливішим чинником зростання прибутковості, стійкості та ефективності бізнес-організацій. Водночас не викликає сумніву, що «без науково обґрунтованого, загальноновизнаного та єдиного тлумачення терміну «інновація» його використання на практиці не буде корисним і навіть шкідливим» [59, с.9].

У праці І. Сидорчук зазначено, що термін «інновація» вперше ввів в економічний обіг австрійський вчений Йозеф Шумпетер. Спочатку (1912) він трактував його надзвичайно широко: як «засіб підприємництва для збільшення прибутку» [49, с. 140]. У 1930-х роках Шумпетер уточнив це тлумачення: «Інновація — це зміна використання та впровадження нових видів споживчих товарів, нових засобів транспорту та виробництва, форм організації та ринків

у промисловості» [61, с. 65].

Найбільший інтерес викликає перша частина визначення: «Інновація – це зміна для ...», оскільки саме це дає підстави вважати, що інновація — це процес, результатом якого є досягнення цілей: «використання впровадження нових видів споживчих товарів, нових засобів транспорту та виробництва тощо». Однак ці цілі є «допоміжними» для досягнення головної мети — максимізації прибутку.

У сучасній економічній літературі можна виділити три основні підходи до тлумачення терміна «інновація» з точки зору «процес – результат» [26, с.32].

Перший підхід – цей термін відноситься до процесу. Наприклад, С.В. Філіпова вважає, що інновація – це триетапний процес, дослідниця пропонує розглядати інновацію як «продаж і виробництво конкурентоспроможної продукції» [56, с.50]. Серед зарубіжних вчених також поширений підхід розгляду інновацій як процесу. Наприклад Б. Твіст визначає інновацію як процес, у якому ідея винаходу набуває економічного змісту. Ф. Ніксон вважає, що інновація - це сукупність комерційних, виробничих і технічних заходів, що призводять до появи на ринку вдосконалених і нових промислових процесів і обладнання [64, с.371].

Другий підхід – термін «інновація» застосовується до результату процесу. Цей підхід використовується в Законі України «Про інноваційну діяльність», де зазначено, що «інновація — кінцевий результат інноваційної діяльності, реалізований у вигляді реалізованого на ринку вдосконаленого або нового продукту, удосконаленого або нового технологічного процесу, який використовується в практичній діяльності» [1].

Відповідно до третього підходу, цей термін відноситься як до процесу, так і до результату цього процесу. Наприклад, дослідники О.І. Коркуна, О.В. Никига, О.Г. Підвальна зазначають, що інновація в широкому розумінні — це єдність результату і процесу, втілена в якісно новому стані системи [28, с.4]. На нашу думку, найбільш послідовним є третій підхід. Кожна

діяльність — це процес, що складається з різноманітних дій і подій, і кожна діяльність має результат. Отже, можна зробити висновок, що в інноваційній діяльності важливими є як процес, так і результат, які мають інноваційний характер.

Відповідно до Тлумачного словника, дослівний переклад слова «інновація» на українську мову означає: «новація, новизна, нововведення» [52, с.89]. Перші два варіанти перекладу представляють найбільший інтерес, оскільки «новація» та «нововведення» є найбільш вживаними синонімами поняття «інновація». Наприклад, на думку С.О. Єрмак підкреслює важливість відкритості та комунікації під час впровадження інновацій. Він зазначає, що інновація може перетворитися на реальний план дій лише за умови відкритої та невимушеної розмови всіх зацікавлених сторін [16, с. 45]. Це свідчить про те, що інновації вимагають не тільки технічного підходу, але й соціального контексту, у якому вони реалізуються.

У сучасному економічному словнику під інновацією розуміють «нововведення в галузі технології, техніки, управління та організації праці, засноване на використанні досягнень передового досвіду і науки, а також використання нововведень у різноманітних сферах і напрямки діяльності» [51, с.34].

Дослідниця І.А. Чікікова акцентує увагу на продуктових інноваціях. Вона зазначає, що на початковій стадії такі інновації надають виробнику тимчасову монополію на ринку, що дозволяє отримувати додатковий прибуток [59, с.11]. Це підкреслює економічну цінність інновацій та їхню здатність створювати конкурентні переваги.

Інша дослідниця – Н.П. Круш підходить до інновацій з точки зору управління. Вона стверджує, що інновація компанії повинна бути орієнтованою на ринок, а не на продукт [31, с.120]. Це означає, що інноваційні процеси повинні враховувати потреби і запити споживачів, а не лише фокусуватися на технічних характеристиках нового продукту.

К.О. Дубова зазначає, що інновація — це впровадження будь-якої нової

речі, новини чи реформи. На нашу думку, цей підхід розширює розуміння інновацій, включаючи в нього не тільки технічні нововведення, але й соціальні та політичні зміни [15, с.616]. Сучасне суспільство постійно змінюється, і інновації виступають механізмом цих змін. З іншого боку, дослідниця також звертає увагу на те, що якщо інновація вже десь втілена, то це є аргументом на її корисність і живучість [15, с.617]. Це свідчить про те, що практична реалізація інновацій є важливим етапом їх оцінки і подальшого розвитку.

Дослідниця О.І. Олійник зазначає, що інновація не є наукою чи технологією, а новою цінністю [43, с.90]. Це твердження підкреслює, що основна суть інновацій полягає не стільки у технічних досягненнях, скільки у створенні нових цінностей для суспільства.

Отже, сутність поняття «інновація» у працях дослідників і науковців багатогранна. Вона охоплює як технічні, так і соціальні аспекти, підкреслюючи важливість комунікації, орієнтації на ринок і створення нових цінностей. Інновації є рушійною силою прогресу, але їх впровадження вимагає комплексного підходу, що враховує як економічні, так і соціальні чинники. На нашу думку, інновація – це процес, результат процесу або і те, і інше.

Сьогодні інноваційна діяльність необхідна в багатьох сферах підприємництва. Не є винятком і галузь туризму. Індустрія туризму, що швидко розвивається, використовуючи очевидні, поверхневі резерви розвитку, потребує нового імпульсу, пошуку інновацій, щоб виправдати свої позиції в конкурентній боротьбі. Організації приймають особливо великі ризики, реалізуючи стратегічні настанови.

У контексті туризму «інновації» можна трактувати як процес впровадження нових ідей, технологій, послуг та методів управління, спрямованих на покращення туристичного досвіду, підвищення ефективності туристичних підприємств і розвиток нових ринків. Інновації в туризмі включають створення нових туристичних продуктів, удосконалення способів надання послуг, впровадження цифрових технологій, а також адаптацію до змін у споживчих запитах і глобальних тенденціях. Вони сприяють

підвищенню конкурентоспроможності туристичної індустрії, розвитку туристичних дестинацій і забезпеченню стійкого розвитку галузі в цілому. Відобразимо в табл.1.1 відображення сутності поняття «інноваційні технології» в працях дослідників.

Таблиця 1.1. Тракткування поняття «інноваційні технології» [10; 12; 13; 14; 50]

Автор(и)	Визначення поняття «інноваційні технології»	Ключові тези
Д.В. Грибова [10, с.36]	Технології, орієнтовані на формування системного, творчого, технічного мислення та здатності генерувати нестандартні технічні ідеї.	Розвиток креативного мислення, вирішення проблем.
О. Г. Дем'янчук, І.В. Єрко, Л.М. Ващук, С.І. Савчук [12, с.40]	Нововведення, що поліпшують хід і результативність процесу, завдяки цілеспрямованого і систематичного впровадження оригінальних новаторських способів.	Поліпшення результатів, системний підхід.
В. В. Джинджоян [13, с.67]	Сукупність методів і засобів, які підтримують етапи реалізації інновації та забезпечують інноваційну діяльність. Технології, орієнтовані на формування системного, творчого, технічного мислення.	Підтримка інноваційного процесу, розвиток творчого мислення.
О.Долинська, І. Шоробура, О. Біницька [14, с.63]	Сукупність методів і засобів, які підтримують етапи реалізації інновації. Виділяють кілька видів інноваційних технологій: впровадження, навчання, консультування тощо.	Різноманітність видів, фокус на реалізації інновацій.
І.Т. Скрипченко [50, с.100]	Система методів, прийомів, засобів навчання та виховання, спрямованих на досягнення позитивного результату шляхом динамічних змін особистісного розвитку дитини.	Розвиток особистості, адаптація до змін.

Згідно табл.1.1, наведені автори підкреслюють, що інноваційні технології спрямовані на зміни, розвиток, поліпшення процесів. Вони також акцентують на важливості системного підходу та використання нових методів і засобів. Водночас, дослідники розглядають інноваційні технології з різних точок зору: освітньої, економічної, загальної. Деякі автори деталізують види інноваційних технологій, інші фокусуються на їхньому впливі на розвиток особистості або ефективність процесів.

Таким чином, поняття «інноваційні технології» має багатогранне

значення і може інтерпретуватися в різних контекстах. Основна ідея полягає в тому, що інноваційні технології – це сукупність методів і засобів, які дозволяють досягти нових результатів, покращити існуючі процеси та адаптуватися до змін. Вибір конкретного визначення залежить від мети дослідження та контексту, в якому використовуються інноваційні технології.

У сфері туристичної діяльності інноваційні технології, на нашу думку, є способом впровадження конкретних нововведень у наявну систему певної економічної або соціальної галузі, що спричиняє початок змін у цій сфері. Такий підхід набуває особливої важливості в усіх аспектах туризму в сучасних умовах світових ринків. Інноваційні технології сьогодні застосовуються для створення конкурентоспроможного туристичного продукту, підтримки зацікавленості в окремих туристичних об'єктах, залучення нових туристів, підвищення комфорту та надання унікальних послуг. Найважливішою умовою розробки та впровадження будь-якої інновації є процес генерації творчих ідей. Інноваційні технології часто зачіпають широкий спектр проблемних питань, пов'язаних не тільки з технічною складовою, а й з процесами управління та координації праці. З їх допомогою розвиваються наука, культура, освіта, туризм, медицина тощо. Завдяки їм жодна галузь економіки не стоїть на місці, в тому числі й туризм [15, с.616].

У своїй інноваційній діяльності туристичний бізнес базується на сучасних наукових дослідженнях та технологічних рішеннях. Туристична індустрія виступає ініціатором інноваційних процесів, дослідження нових ринків і їх освоєння. Завдяки високій гнучкості туристичних послуг, постійно змінюються форми та методи їх надання, з'являються нові можливості для подорожей, а сучасні передові технології впроваджуються всюди [11, с.295]. Як соціальне явище, туризм відображає прагнення до пізнання історичної та культурної спадщини різних країн і народів, збереження довкілля та загального покращення якості життя, що сприяє підвищенню стійкості туристичних дестинацій.

Інновації в туризмі передбачають розробку та впровадження нових

туристичних проектів і маршрутів із використанням досягнень у галузі техніки, науки, ІТ-технологій, а також передових практик у маркетингу та управлінні. Це сприяє збільшенню доходів, покращенню туристичного іміджу країни та регіонів, прискоренню соціально-економічного розвитку, а також підвищенню рівня зайнятості населення.

Технологія (від грец. *techne* – мистецтво, майстерність, ремесло + *logos* – наука, поняття, вчення, слово) — це сукупність знань про методи та засоби здійснення виробничих процесів, у ході яких відбуваються необхідні якісні зміни об'єктів, над якими проводиться робота [51. С.105].

Інноваційні технології у туризмі – це інновації та свіжі ідеї у сфері подорожей, відпочинку та здоров'я. Очікуваним результатом впровадження інновацій є зростання попиту на послуги, кількості постійних та потенційних клієнтів, суттєве збільшення прибутку та створення необхідних умов для впровадження та подальшого просування інновацій [52, с.328].

Таким чином, сутність інноваційних технологій у туризмі полягає у впровадженні нових методів, засобів і підходів, які покращують туристичний досвід, оптимізують процеси обслуговування та управління, сприяють створенню унікальних продуктів і відкриттю нових ринків. Вони включають використання сучасних ІТ-рішень, цифрових платформ, інтерактивних інструментів та інших технологічних інновацій, що дозволяють підвищити ефективність і конкурентоспроможність туристичних підприємств, а також задовольнити зростаючі потреби споживачів.

На думку дослідників Ю. Я. Опанащук, Т.О. Колісниченко, А.М. Вергун, розрізняють освітні, маркетингові, медичні, кадрові, соціальні та інші види інноваційних технологій. Тому успішність розвитку інноваційних технологій пов'язана з комплексом робіт, що проводяться в тій чи іншій галузі, що дозволяє їм проявитися і продемонструвати ефективність своєї діяльності [44, с.59].

Для комплексного розуміння інновацій необхідно їх класифікувати. У літературі існують різні підходи до класифікації інновацій. Виходячи з

положень І. Журба, І. Несторишен та С. Матюх, інноваційна діяльність у туризмі розвивається за 3 напрямками, рис.1.1.

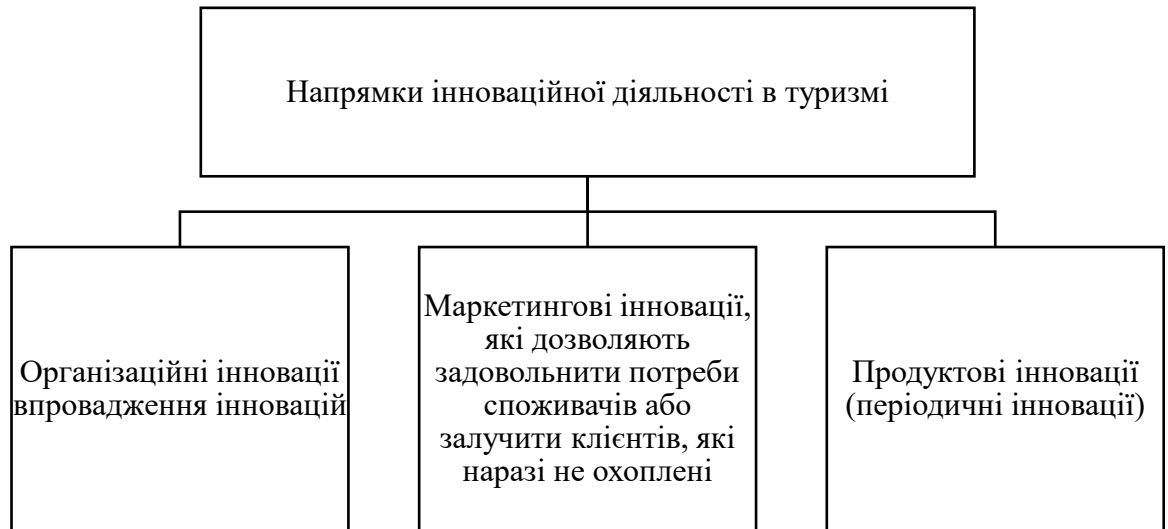


Рис.1.1. Напрямки інноваційної діяльності в туризмі [18, с.63]

Згідно рис.1.1 бачимо, що дослідниками класифіковано напрями інноваційної діяльності в туризмі залежно від технологічних параметрів (продуктові інновації), внутрішнього змісту (маркетингові та організаційні інновації) за принципом належності напрямку до певного типу інновацій.

Водночас наведена класифікація у праці А. В. Порохнявий та К. О. Перетяцько дозволяє досить повно описати напрями інноваційної діяльності в туризмі. Автори розділили класифікацію на чотири групи, рис.1.2.

Підхід до класифікації інноваційних технологій у туризмі, наведений на рис.1.2, передбачає структурування інновацій за основними напрямками діяльності, які охоплюють технологічні, продуктові, управлінські, маркетингові та екологічні аспекти.

Такий підхід дозволяє всебічно розглядати впровадження інновацій у туризмі, враховуючи не лише технічні нововведення, але й нові продукти та методи управління, що сприяють розвитку галузі. Цю класифікацію Т. Лисюк Т., Л. Ройко та Ю. Білецький доповнили такими категоріями:

- соціальні інновації: туризм, орієнтований на спільноту (залучення

місцевих громад до управління та розвитку туристичних дестинацій); соціальні ініціативи в туризмі (проекти, що спрямовані на підтримку місцевих культур, соціальних груп, розвиток освітніх та благодійних програм);



Рис.1.2. Класифікаційні групи інноваційних технологій в туризмі [46, с.341]

– фінансові інновації: краудфандинг у туризмі (залучення коштів від

громадськості для реалізації туристичних проєктів); фінансові платформи (нові способи фінансування туристичних послуг через цифрові платформи та блокчейн-технології) [33, с.95]. На нашу думку, наведені додаткові групи дозволять ще більш детально класифікувати інновації в туризмі та краще зрозуміти різноманітність їх впливу на галузь.

Інноваційні технології в туристичній діяльності охоплюють широкий спектр нововведень, що сприяють підвищенню ефективності роботи, покращенню якості послуг та створенню унікальних туристичних продуктів. На відміну від інших сфер, інновації в туризмі часто мають соціокультурний вимір, оскільки впливають на досвід споживачів і взаємодію з різними культурами [36, с.78]. Вони включають не лише технологічні досягнення, такі як цифрові платформи та штучний інтелект, але й екологічні рішення, продуктові інновації та нові підходи до управління, що сприяють стійкому розвитку галузі й підвищенню конкурентоспроможності туристичних дестинацій. Систематизуємо в табл.1.2 основні підходи до їхньої класифікації.

Згідно табл.1.2, наведені види інноваційних технологій у туристичній діяльності відображають широкий спектр сучасних досягнень, які суттєво змінюють індустрію туризму. Вони включають інформаційні технології, мобільні технології, соціальні медіа, віртуальну та доповнену реальність, блокчейн-технології, штучний інтелект, безпілотні технології та «розумні» технології.

Кожен з цих видів надає нові можливості для автоматизації процесів, покращення взаємодії з клієнтами, підвищення безпеки та створення інноваційних туристичних продуктів. Ці технології вже значною мірою інтегровані в туристичний бізнес, але можуть бути доповнені новими напрямками. Наприклад, екологічні технології, що сприяють розвитку сталого туризму, або біометричні технології, які можуть покращити безпеку та персоналізацію послуг. Таким чином, класифікація інноваційних технологій у туризмі не є вичерпною і має потенціал для подальшого розширення відповідно до технологічного прогресу.

Таблиця 1.2. Види інноваційних технологій у туристичній діяльності

[10, с.35]

Вид інноваційної технології	Характеристика	Приклад
Інформаційні технології	Застосування програмного забезпечення, баз даних, інтернет-платформ для автоматизації процесів, покращення обслуговування клієнтів та створення нових продуктів.	Системи онлайн-бронювання, мобільні додатки для туристів, віртуальні тури, персоналізовані рекомендації.
Мобільні технології	Використання мобільних пристроїв (смартфонів, планшетів) для доступу до туристичної інформації, бронювання послуг, навігації та інших функцій.	Мобільні додатки для пошуку авіаквитків, оренди авто, бронювання готелів, мобільні путівники.
Соціальні медіа	Використання соціальних мереж для просування туристичних продуктів, взаємодії з клієнтами, збору відгуків та створення спільнот.	Створення сторінок у Facebook, Instagram, TikTok для просування туристичних напрямків, проведення конкурсів та акцій, використання хештегів.
Віртуальна та доповнена реальність	Створення віртуальних моделей туристичних об'єктів, використання доповненої реальності для надання додаткової інформації про місцевість.	Віртуальні тури по музеях, використання AR-додатків для огляду історичних пам'яток.
Блокчейн-технології	Забезпечення безпеки та прозорості транзакцій, створення смарт-контрактів для автоматизації процесів.	Використання блокчейну для безпечного зберігання даних про бронювання, створення децентралізованих платформ для обміну туристичними послугами.
Штучний інтелект	Використання алгоритмів машинного навчання для аналізу великих обсягів даних, персоналізації туристичних пропозицій, автоматизації обслуговування клієнтів.	Чат-боти для онлайн-консультацій, рекомендаційні системи для підбору турів.
«Розумні» технології	Інтеграція різних технологій для створення «розумних» туристичних продуктів і послуг.	«Розумні» готелі з автоматизованим управлінням освітленням, температурою, доступом до кімнати.

Таким чином, сутність поняття «інноваційні технології» в туристичній діяльності полягає в інтеграції нових технологічних, управлінських, маркетингових та екологічних рішень, які сприяють підвищенню якості туристичних послуг, ефективності бізнес-процесів, та задоволенню

зростаючих потреб туристів. Інноваційні технології дозволяють створювати нові продукти та вдосконалювати наявні, тим самим покращуючи конкурентоспроможність туристичних дестинацій та підприємств. Підходи до класифікації інноваційних технологій у туризмі включають їх розподіл на технологічні, продуктові, управлінські, маркетингові та екологічні інновації. Такий підхід дозволяє охопити всі аспекти впровадження нововведень, враховуючи як технічні досягнення, так і соціально-економічний вплив. Ця класифікація може бути доповнена новими категоріями, такими як соціальні та фінансові інновації, що ще більше розширюють можливості для розвитку туристичної галузі. Що формує потребу в дослідженні особливостей застосування інноваційних технологій в туризмі.

1.2. Особливості застосування інноваційних технологій в туризмі

Туризм як одна з найдинамічніших галузей світової економіки постійно потребує адаптації до змін сучасного світу. Інноваційні технології є ключовим фактором, що дозволяє галузі розвиватися, покращувати якість послуг та підвищувати рівень задоволеності клієнтів. Вони впливають на всі аспекти туристичної діяльності, від планування подорожей до організації сервісу та збереження довкілля [11, с.295]. Відобразимо в табл.1.3 основні особливості.

Згідно табл.1.3, інноваційні технології відіграють важливу роль у розвитку туристичної галузі, забезпечуючи підвищення якості послуг, зростання продажів, та оптимізацію бізнес-процесів. Вони сприяють створенню унікальних туристичних продуктів, покращують управління компаніями та допомагають знизити негативний вплив туризму на довкілля. Використання технологій, таких як доповнена і віртуальна реальність, чат-боти, аналітика даних, та екологічні інновації, дозволяє задовольнити потреби сучасних туристів та забезпечити сталий розвиток галузі. Успішне впровадження цих технологій підвищує конкурентоспроможність туристичних компаній і сприяє розвитку екологічно відповідального туризму.

Таблиця 1.3. Особливості застосування інноваційних технологій в туризмі [21, с.170]

Сфера застосування	Інноваційні технології	Вплив та переваги	Приклади
Маркетинг та продажі	Системи онлайн-бронювання, персоналізація пропозицій (на основі даних про користувача), таргетована реклама, використання інфлюенсерів у соцмережах	Збільшення продажів, підвищення рівня задоволеності клієнтів, оптимізація витрат на маркетинг.	Booking.com, Airbnb, персоналізовані рекомендації на туристичних сайтах, віртуальні тури по музеях.
Обслуговування клієнтів	Чат-боти для онлайн-консультацій, мобільні додатки для туристів, системи самообслуговування, голосові помічники.	Покращення якості обслуговування, швидка реакція на запити клієнтів	Чат-бот для бронювання готелю, мобільний додаток для орієнтації в незнайомому місті
Управління туристичними компаніями	Системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM), системи управління запасами, аналітика даних, блокчейн технології.	Оптимізація бізнес-процесів, підвищення ефективності управління, забезпечення прозорості транзакцій.	Системи управління бронюваннями турів, аналіз відгуків клієнтів для покращення послуг, використання блокчейну для безпечного зберігання даних.
Створення туристичного продукту	Використання доповненої реальності (AR) та віртуальної реальності (VR) для створення інтерактивних туристичних досвідів, розробка нових маршрутів та екскурсій, використання дронів для аерозйомки.	Збільшення привабливості туристичних дестинацій, створення унікальних туристичних продуктів, підвищення рівня задоволеності туристів.	Віртуальні тури по історичних містах, AR-додатки для огляду пам'ятників, використання дронів для створення відео про природні краси.

Перш за все, важливу роль відіграють цифрові технології. Використання інтернету та мобільних додатків дозволяє туристам самостійно планувати свої подорожі, бронювати квитки та житло, отримувати інформацію про місця відпочинку, а також знаходити відгуки інших мандрівників. Онлайн-платформи для бронювання, такі як Booking.com або Airbnb, стали стандартом

у туристичній індустрії, забезпечуючи зручний доступ до широкого вибору послуг [20, с.233].

Іншим аспектом є використання штучного інтелекту (ШІ) та машинного навчання для персоналізації послуг. Наприклад, ШІ може аналізувати поведінку користувачів і надавати індивідуальні рекомендації щодо подорожей, виходячи з їхніх уподобань та історії пошуку. Крім того, чат-боти з ШІ, інтегровані в туристичні сайти та додатки, здатні надавати консультації та підтримку клієнтам у реальному часі, що значно покращує їхній досвід.

Згідно тверджень дослідників Р.Б. Кожухівська та В.О. Непочатенко, однією з інноваційних технологій, яка має великий потенціал у туризмі, є віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR). Вони дозволяють туристам «відвідати» місця перед подорожжю, віртуально оглянути готельні номери або навіть взяти участь у віртуальних екскурсіях. Це сприяє прийняттю обґрунтованих рішень щодо поїздок та підвищенню рівня задоволеності клієнтів [22, с.97].

Процес застосування інноваційних технологій у туризмі можна розділити на кілька ключових етапів, рис.1.3.

Згідно рис.1.3, етапи процесу застосування інноваційних технологій у туризмі забезпечують структурований підхід до впровадження нововведень, від аналізу потреб до постійного вдосконалення. Вони допомагають компаніям ефективно інтегрувати нові технології в свою діяльність, що підвищує конкурентоспроможність і задовольняє потреби сучасних туристів. Проте, можливі ризики включають неправильну оцінку ринкових потреб, що може призвести до вибору неефективних технологій, а також недостатнє навчання персоналу, що може ускладнити процес впровадження. Неправильне управління бюджетом або часовими рамками також може викликати проблеми, як і відсутність адаптації до змінних умов ринку. Постійний моніторинг і адаптація є критично важливими для успішного подолання цих ризиків. Відобразимо в табл.1.4 основні ризики пов'язані із впровадження інноваційних технологій в туристичній діяльності.

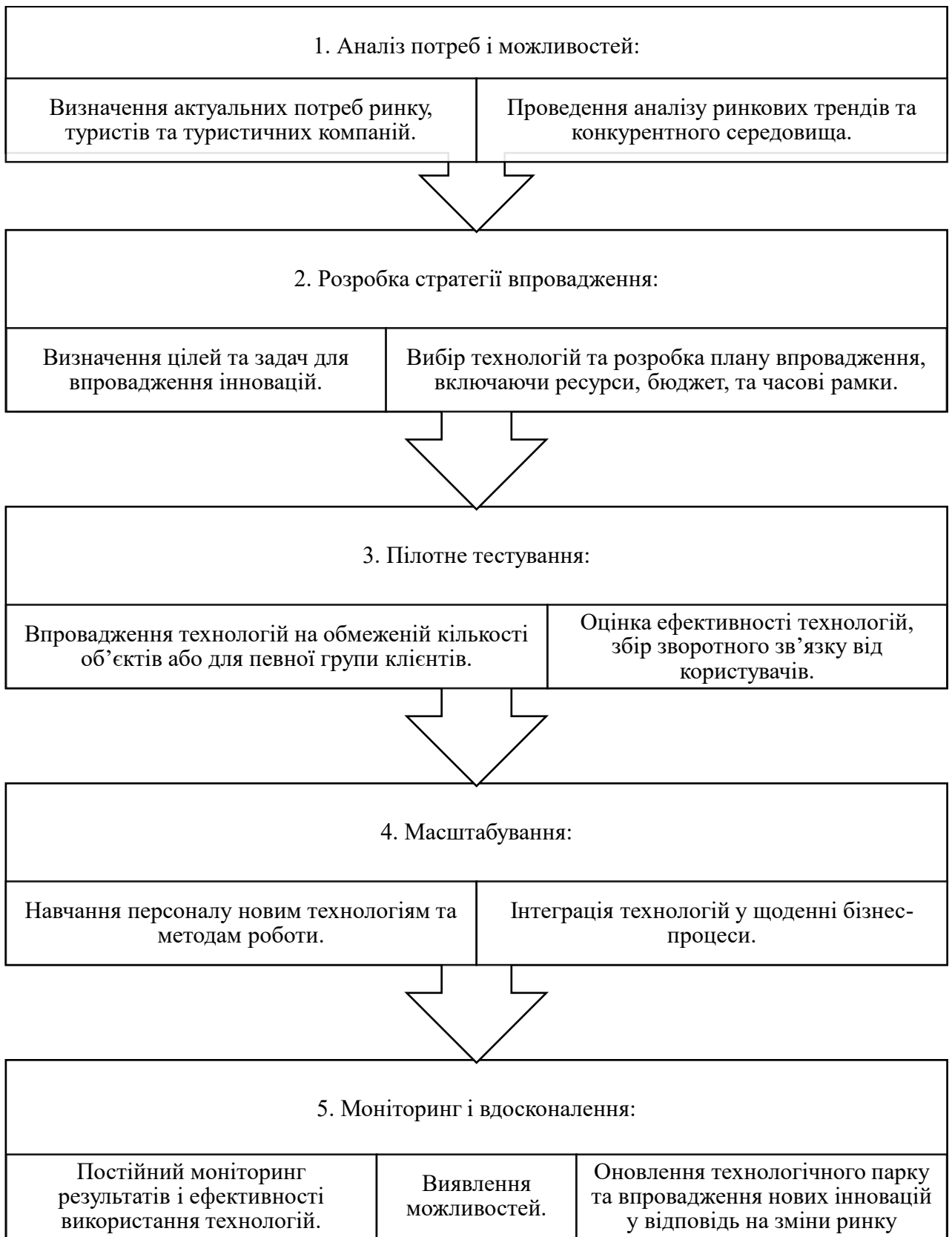


Рис.1.3. Етапи процесу застосування інноваційних технологій у туризмі
[22, с.97]

Таблиця 1.4. Ризики та їх подолання в застосуванні інноваційних технологій у туристичній діяльності [27, с.50]

Ризик	Потенційні наслідки	Стратегії подолання
1	2	3
Технічні збої та кіберзагрози	Збої в роботі систем бронювання, втрата даних клієнтів, кібератаки можуть призвести до фінансових втрат, втрати репутації та незадоволеності клієнтів.	Регулярне оновлення програмного забезпечення, створення резервних копій даних, використання надійних систем безпеки, навчання персоналу правилам кібербезпеки, страхування від кіберризиків.
Висока вартість впровадження	Високі витрати на розробку та впровадження нових технологій можуть бути недоступними для малих і середніх туристичних компаній.	Поступове впровадження технологій, використання хмарних сервісів, пошук бюджетних рішень, співпраця з партнерами.
Спротив змін серед персоналу	Співробітники можуть чинити опір новим технологіям через страх втрати роботи або нерозуміння їхньої необхідності.	Проведення тренінгів для персоналу, залучення їх до процесу впровадження, демонстрація переваг нових технологій, створення мотиваційних програм.
Залежність від технологій	Збій технологій може призвести до повного припинення роботи компанії.	Створення резервних систем, навчання персоналу альтернативним методам роботи, диверсифікація технологічних рішень.
Недостатня кібербезпека	Втрата конфіденційної інформації клієнтів може призвести до серйозних репутаційних втрат і фінансових санкцій.	Використання багатофакторної аутентифікації, шифрування даних, регулярні аудити безпеки, навчання персоналу правилам безпечного оброблення даних.
Відсутність стандартів і регулювання	Відсутність чітких стандартів і регулювання в сфері використання нових технологій може ускладнити їх застосування.	Слідкувати за розвитком законодавства, брати участь у розробці стандартів, співпрацювати з іншими компаніями галузі.
Швидке старіння технологій	Необхідність постійного оновлення технологій може призвести до додаткових витрат.	Вибір технологій, які мають довгий цикл життя, модульна архітектура систем, гнучкі контракти з постачальниками.
Проблеми з інтеграцією різних систем	Складність інтеграції різних технологічних рішень може призвести до втрати часу і ресурсів.	Вибір сумісних технологій, використання API, залучення досвідчених інтеграторів.

Наведена таблиця підкреслює основні ризики, з якими можуть стикнутися туристичні компанії при впровадженні інноваційних технологій, та пропонує стратегії їх подолання. Технічні збої, кіберзагрози, висока

вартість впровадження та спротив змін серед персоналу є основними викликами, які можуть призвести до значних фінансових втрат, зниження ефективності та репутаційних ризиків. Для їхнього подолання важливо забезпечити надійну кібербезпеку, поступово впроваджувати технології, навчати персонал і адаптуватися до швидких змін у технологічному середовищі. Правильне планування та проактивне управління ризиками допоможуть мінімізувати негативні наслідки та забезпечити успішне впровадження інновацій.

Також важливим фактором є розвиток екологічних технологій, спрямованих на зниження негативного впливу туризму на довкілля. Використання відновлюваних джерел енергії, впровадження технологій збереження води та зменшення кількості відходів стають невід'ємною частиною стратегії сталого туризму. Такі ініціативи допомагають зберегти природні ресурси для майбутніх поколінь і створюють позитивний імідж для туристичних компаній [33, с.97].

Застосування інноваційних технологій також сприяє розвитку туристичних дестинацій. Використання даних з геолокаційних сервісів, аналіз туристичних потоків та розробка нових маршрутів дозволяють розподілити навантаження між популярними і менш відомими місцями, що допомагає зберегти культурну спадщину та зменшити перенасиченість деяких регіонів.

Інноваційні технології стали невід'ємною частиною багатьох галузей, забезпечуючи їхній розвиток і адаптацію до сучасних викликів. Проте, характер їхнього застосування у туризмі має свої специфічні відмінності, які обумовлені особливостями цієї галузі. Ці відмінності виявляються у способах інтеграції технологій, їхньому впливі на користувачів та загальному підході до впровадження новацій. Узагальнені відмінності у застосуванні відображено в табл.1.5.

Згідно табл.1.5, можна зробити висновок, що у туризмі продається не просто квиток або путівка, а емоції, враження, досвід. Це вимагає використання інструментів, які дозволяють передати цю нематеріальну

цінність. Туристи прагнуть унікального досвіду, тому персоналізація пропозицій є ключовим фактором успіху. Попит на туристичні послуги сильно залежить від пори року, кліматичних умов та свят. Це вимагає гнучких систем управління та прогнозування. Туризм тісно пов'язаний з конкретними місцями, що вимагає використання технологій, які враховують географічні особливості. Туризм регулюється різноманітними законами, що стосуються охорони навколишнього середовища, культурної спадщини та безпеки туристів.

Таблиця 1.5. Відмінності застосування інноваційних технологій у туризмі та інших сферах [38, с.8]

Характеристика	Туризм	Інші сфери
Природа продукту	Нематеріальний продукт (послуга), емоційний досвід	Матеріальний продукт (товари) або фінансові послуги
Клієнтський досвід	Персоналізація, емоційна складова, бажання нових вражень	Ефективність, зручність, якість продукту
Сезонність	Виражена сезонність попиту	Менш виражена сезонність (крім деяких галузей)
Географічна залежність	Сильна залежність від географічного розташування, природних умов	Менша залежність від географічного розташування (можливе виробництво та надання послуг в різних регіонах)
Регуляторне середовище	Специфічне регулювання, пов'язане з охороною довкілля, культури, безпекою туристів	Різнманітне регулювання, залежно від галузі (наприклад, санітарні норми, трудове законодавство)
Конкуренція	Висока конкуренція, велика кількість дрібних і середніх підприємств	Може бути як висока, так і низька конкуренція, залежно від галузі
Інноваційні технології	Фокус на персоналізації, доповненій реальності, мобільних додатках, системах бронювання, аналітиці даних для розуміння поведінки туристів.	Фокус на автоматизації виробництва, оптимізації логістики, штучному інтелекті для аналізу даних, хмарних технологіях.

Одна з головних відмінностей у застосуванні інновацій у туризмі порівняно з іншими галузями полягає у прямому взаємозв'язку з емоціями та враженнями клієнтів. Туризм базується на створенні унікальних досвідів і

спогадів, тому технології в цій сфері повинні не лише оптимізувати процеси, а й збагачувати враження туристів. Наприклад, використання доповненої реальності (AR) або віртуальної реальності (VR) дозволяє клієнтам «подорожувати» до місць, які вони ще не відвідали, або отримати інтерактивні екскурсії, що неможливо в інших галузях, де інновації часто орієнтовані на підвищення ефективності, а не на створення емоційного зв'язку [20, с.140].

Крім того, туристична індустрія вимагає високого рівня персоналізації послуг. Туристи очікують, що технології допоможуть їм отримати саме той досвід, який відповідає їхнім уподобанням і потребам. Це відрізняє туризм від багатьох інших сфер, де стандартизовані продукти і послуги часто є нормою. Використання штучного інтелекту для аналізу поведінки клієнтів і пропонування персоналізованих рекомендацій дозволяє туристичним компаніям надавати більш індивідуалізовані послуги, що є ключовою відмінністю від інших галузей, де такі підходи можуть бути менш актуальними.

Ще однією важливою відмінністю є висока залежність туризму від географічних та культурних контекстів. Наприклад, впровадження інновацій у туристичних дестинаціях вимагає врахування локальних особливостей, таких як культурна спадщина, природні ресурси та традиції. Це робить процес впровадження інновацій більш комплексним і викликає потребу в адаптації технологій до конкретних умов. У порівнянні з іншими галузями, де впровадження технологій часто є універсальним, у туризмі необхідно враховувати специфіку кожного місця [44, с.60].

Також варто зазначити, що в туризмі інноваційні технології часто використовуються для вирішення екологічних викликів. Наприклад, використання відновлюваних джерел енергії в готелях або системи моніторингу довкілля на туристичних маршрутах сприяють зменшенню негативного впливу на природу, що є одним з пріоритетів сучасного туризму. У інших галузях екологічні аспекти можуть бути менш вираженими або не настільки важливими для загального успіху.

Отже, застосування інноваційних технологій у туризмі має суттєві відмінності порівняно з іншими сферами. Туризм орієнтований на створення емоційних вражень, високий рівень персоналізації, врахування культурних та географічних контекстів, а також на екологічну відповідальність. Ці особливості визначають унікальний підхід до впровадження технологій, роблячи туризм однією з найбільш інноваційних та складних галузей для трансформації в умовах сучасного світу.

Таким чином, туризм є однією з найдинамічніших сфер, де інноваційні технології розвиваються особливо швидко. Специфіка туристичного бізнесу вимагає використання технологічних рішень, які дозволяють створювати унікальний клієнтський досвід, адаптуватися до змін попиту та враховувати особливості різних туристичних напрямків. Інноваційні технології відкривають нові можливості для розвитку туризму, роблячи його більш доступним, зручним та екологічно відповідальним.

1.3. Методичні підходи до застосування інноваційних технологій міжнародним туристичним оператором

З розвитком цифрових технологій і глобалізацією світового ринку туристичні оператори стоять перед викликом адаптації до нових умов. Інноваційні технології стали ключовим інструментом для підвищення конкурентоспроможності та ефективності діяльності міжнародних туристичних операторів. Методичні підходи до їх застосування відіграють важливу роль у забезпеченні стійкого розвитку компанії та задоволенні потреб сучасних туристів. Та для початку розглянемо особливості ведення діяльності туристичного оператора в міжнародному середовищі.

Відповідно до закону України «Про туризм», туристичний оператор — це суб'єкт господарської діяльності, який займається організацією та продажем туристичних послуг. Основна функція туристичного оператора полягає у формуванні комплексного туристичного продукту, що включає

транспортні послуги, проживання, екскурсії, страхування та інші складові, необхідні для забезпечення подорожі. Туристичний оператор діє як посередник між постачальниками окремих послуг (готелі, авіакомпанії, транспортні компанії) і кінцевими споживачами — туристами [1].

Основні функції міжнародного туристичного оператора відображають його роль як ключового посередника між постачальниками туристичних послуг та кінцевими споживачами. Ключові функції туристичного оператора відображено на рис.1.4.

Згідно рис.1.4, міжнародний туристичний оператор виконує ряд ключових функцій, які забезпечують успіх у глобальному туристичному ринку. Оператор формує комплексні туристичні продукти через пакетування послуг та співпрацю з постачальниками. Займається просуванням і маркетингом, що включає маркетингові кампанії та брендування. Оператор забезпечує інформаційну підтримку та консультації для клієнтів, а також управляє логістикою і плануванням маршрутів подорожей.

Також важливими є фінансове управління, ціноутворення і розрахунки. По-п'яте, оператор гарантує якість і безпеку послуг, а також активно впроваджує інновації та розвиває нові напрямки в туристичній діяльності. Розглянемо наведені функції більш детально.

Міжнародний туристичний оператор комбінує різні елементи, такі як транспорт, проживання, харчування, екскурсії та страхування, в єдиний туристичний продукт, адаптований до потреб клієнтів з різних країн. Оператор укладає договори з міжнародними авіакомпаніями, готелями, екскурсійними бюро та іншими партнерами, забезпечуючи вигідні умови та високу якість послуг.

Розробка та реалізація глобальних маркетингових стратегій для просування туристичного продукту на різних ринках. Це включає рекламні кампанії, участь у міжнародних туристичних виставках та співпрацю з турагентами. Створення і підтримка іміджу бренду на міжнародному рівні, що допомагає виділитися серед конкурентів і завоювати довіру клієнтів [50, с.88].



Рис.1.4. Основні функції міжнародного туристичного оператора [49, с.141]

Надає клієнтам вичерпну інформацію про туристичний продукт, включаючи культурні особливості, візові вимоги, правила в'їзду до країни, безпеку та інші аспекти. Забезпечує підтримку туристів до, під час та після подорожі через колл-центри, мобільні додатки та інші канали зв'язку.

Координує міжнародні авіаперельоти, трансфери, оренду автомобілів та інші види транспорту для забезпечення комфортного пересування туристів. Розробка маршрутів і програм перебування, що враховують часові пояси, пересадки та інші логістичні аспекти, які можуть впливати на комфорт і зручність подорожі.

Розробка політики ціноутворення, що враховує витрати на міжнародні послуги, курсові коливання валют та ринкові умови. Важливою є також гнучкість у встановленні цін з урахуванням сезонності та попиту. Організація міжнародних розрахунків з постачальниками, управління валютними ризиками та забезпечення прибутковості операцій.

Постійний моніторинг якості послуг, наданих міжнародними партнерами, та вирішення можливих проблем або претензій клієнтів. Організація заходів для гарантування безпеки туристів під час подорожей, включаючи страхування, медичну підтримку та інші превентивні заходи [54, с.788].

Постійне впровадження нових технологій та підходів для підвищення ефективності діяльності, таких як використання великих даних, мобільних додатків, віртуальної реальності тощо. Розробка і просування нових туристичних напрямків і продуктів, які відповідають змінним потребам ринку [63, с.60].

Отже, функції міжнародного туристичного оператора є багатограними та включають формування, просування і реалізацію туристичного продукту на глобальному ринку. Виконання цих функцій вимагає від операторів глибокого розуміння ринкових тенденцій, високого рівня професійної компетенції та здатності до адаптації в умовах динамічного розвитку галузі.

Міжнародна діяльність туристичних операторів має низку специфічних рис, що відрізняють її від національного рівня, рис.1.5.

Специфіка діяльності міжнародного туристичного оператора включає кілька ключових аспектів. Оператори повинні враховувати різноманітні регуляторні вимоги і закони країн, в яких здійснюють свою діяльність. Культурні та мовні бар'єри потребують високого рівня адаптації та культурної чутливості. Логістичні виклики, такі як координація транспорту і планування маршрутів, є складними на міжнародному рівні. Оператори стикаються з глобальною конкуренцією, що вимагає постійного вдосконалення продуктів і

послуг. Міжнародна діяльність пов'язана з ризиками, такими як політичні нестабільності та валютні коливання, які потребують ефективного управління.



Рис.1.5. Специфіка діяльності міжнародного туристичного оператора [56, с.54]

Міжнародні туристичні оператори повинні враховувати закони та регуляції кількох країн — як тієї, де знаходяться їхні клієнти, так і тієї, де надаються послуги. Це включає візові вимоги, валютне регулювання, митні правила та інші аспекти, що можуть впливати на організацію подорожі [55, с.330]. А також часто працюють з туристами з різних культур та мовних груп. Це вимагає від них високого рівня культурної компетентності та багатомовного персоналу, що може забезпечити належний рівень обслуговування.

Організація міжнародних подорожей пов'язана зі складнішими логістичними операціями, ніж національні тури. Оператори повинні

координувати транспортні послуги, враховуючи різні часові пояси, міжнародні рейси та перетини кордонів. Міжнародні туристичні оператори стикаються з високим рівнем конкуренції на світовому ринку. Вони повинні пропонувати унікальні та привабливі продукти, які відповідають вимогам клієнтів з різних країн і регіонів.

Міжнародні туристичні оператори піддаються різноманітним ризикам, включаючи політичну нестабільність, природні катастрофи, коливання валютних курсів, пандемії та інші глобальні виклики, що можуть впливати на їхню діяльність [47, с.45].

Отже, туристичний оператор відіграє важливу роль у забезпеченні комплексного туристичного обслуговування, пропонуючи своїм клієнтам готові рішення для подорожей. У сфері міжнародної діяльності ці оператори зіштовхуються з особливими викликами, пов'язаними з регуляторними, культурними, логістичними та конкурентними умовами, що вимагає від них високого рівня професіоналізму, адаптивності та фінансування інновацій.

Сучасні інноваційні технології суттєво змінюють ринок туристичних послуг, надаючи міжнародним туристичним операторам нові можливості для покращення якості обслуговування та підвищення конкурентоспроможності. Технологічні новації відкривають нові горизонти для бізнесу, оптимізують операційні процеси та змінюють споживацькі очікування. Узагальнимо в табл.1.6 як різні інноваційні технології впливають на діяльність міжнародних туристичних операторів.

Одним із основних підходів є інтеграція цифрових платформ для управління процесами бронювання, комунікації з клієнтами та маркетингових кампаній. Туристичні оператори використовують CRM-системи (Customer Relationship Management) для збору та аналізу даних про клієнтів, що дозволяє персоналізувати пропозиції та покращити якість обслуговування. Також важливою є автоматизація процесів бронювання через онлайн-платформи, що забезпечує швидкість та зручність для клієнтів.

Інноваційні технології дозволяють міжнародним туристичним операторам використовувати великі дані для аналізу ринку, прогнозування трендів та оптимізації операційних процесів. Завдяки аналітичним інструментам оператори можуть ефективніше сегментувати ринок, виявляти переваги споживачів та адаптувати свої продукти відповідно до змінних потреб. Це сприяє зростанню прибутковості та зміцненню позицій на ринку [32, с.34].

Таблиця 1.6. Вплив інноваційних технологій на діяльність міжнародних туристичних операторів [42, с.625]

Інноваційна технологія	Вплив на діяльність міжнародних туристичних операторів
Цифрові платформи та CRM	Покращення управління клієнтськими даними, персоналізація пропозицій, автоматизація процесів бронювання.
Великі дані та аналітика	Збір і аналіз даних про споживачів для прогнозування трендів, оптимізації продуктів і підвищення ефективності маркетингових стратегій.
Віртуальна реальність (VR)	Надання віртуальних турів і оглядів для поліпшення рішення про вибір подорожі, підвищення зацікавленості клієнтів.
Доповнена реальність (AR)	Додання інтерактивних елементів до фізичних турів, надання додаткової інформації та покращення досвіду подорожі.
Мобільні додатки	Забезпечення доступу до послуг через мобільні пристрої, зручність бронювання і отримання інформації, підтримка в режимі реального часу.
Штучний інтелект (AI)	Автоматизація обробки запитів, використання чат-ботів для обслуговування клієнтів, прогнозування потреб та вподобань туристів.
Блокчейн	Підвищення прозорості та безпеки транзакцій, управління контрактами та перевірка автентичності документів.
Інтернет речей (IoT)	Моніторинг і управління обладнанням у готелях і транспорті, покращення управління ресурсами та персоналізація обслуговування.

Віртуальна та доповнена реальність відкривають нові можливості для презентації туристичних продуктів. За допомогою VR- та AR-технологій туристичні оператори можуть надавати клієнтам віртуальні тури по готелях,

курортах чи визначних місцях, що дозволяє зробити більш обґрунтований вибір. Це не тільки підвищує зацікавленість клієнтів, а й дозволяє знизити ризику незадоволення після покупки.

Зростання використання мобільних пристроїв змушує туристичних операторів звертати увагу на розробку мобільних додатків, які забезпечують клієнтам доступ до послуг у будь-який час і будь-де. Мобільні додатки можуть включати функції бронювання, отримання інформації про подорож, комунікації з оператором та інші зручності, що підвищують задоволеність користувачів.

Сучасні технології також допомагають міжнародним туристичним операторам впроваджувати принципи сталого розвитку. Наприклад, застосування екологічно чистих транспортних засобів, зниження витрат енергії у готелях та популяризація екотуризму сприяють збереженню природних ресурсів і мінімізації негативного впливу на навколишнє середовище.

Методичні підходи до застосування інноваційних технологій є важливою складовою успіху міжнародних туристичних операторів у сучасному світі. Використання цифрових платформ, великих даних, віртуальної реальності та мобільних додатків дозволяє операторам не лише задовольнити потреби клієнтів, а й підвищити свою ефективність та забезпечити стале зростання. Водночас впровадження цих підходів вимагає ретельного планування та адаптації до специфіки ринку, що є ключовим фактором для досягнення успіху в туристичній галузі [19, с.25].

Дослідження ефективності застосування інноваційних технологій в діяльності міжнародного туристичного оператора є ключовим аспектом для забезпечення конкурентоспроможності та оптимізації бізнес-процесів. Сучасні методи та інструменти для оцінки впливу технологій на туристичні послуги включають як традиційні фінансові показники, так і новітні підходи, що враховують клієнтський досвід та ринкові тенденції (табл.1.7).

Таблиця 1.7. Підходи до оцінки ефективності застосування інноваційних технологій в діяльності міжнародного туристичного оператора [23, с.143]

Підхід до оцінки	Інструменти	Що оцінюється
Кількісні методи	Фінансові показники: прибуток, рентабельність інвестицій, обсяг продажів, середній чек, витрати на маркетинг. Операційні показники: швидкість бронювання, час обробки запитів, рівень задоволеності клієнтів (за даними опитувань), відсоток повернень. Аналіз даних: веб-аналітика, аналіз поведінки користувачів, А/В тестування.	Економічна ефективність, операційна ефективність, задоволеність клієнтів, ефективність маркетингових кампаній.
Якісні методи	Опитування: анкетування клієнтів, співбесіди з персоналом. Фокус-групи: обговорення з представниками цільової аудиторії. Спостереження: спостереження за роботою співробітників, аналіз відгуків у соцмережах.	Рівень задоволеності клієнтів, ефективність роботи персоналу, сприйняття клієнтами нових технологій, якість обслуговування.
Комплексні методи	Balanced Scorecard: збалансована система показників, що дозволяє оцінити ефективність з різних перспектив (фінансової, клієнтської, внутрішніх процесів, навчання та розвитку). Benchmarking: порівняння результатів з конкурентами або кращими практиками галузі.	Загальна ефективність діяльності компанії, конкурентоспроможність.

Оцінка ефективності застосування інноваційних технологій в діяльності міжнародного туристичного оператора є ключовим етапом для визначення впливу цих технологій на бізнес-процеси та результати. Для цього можна використовувати різноманітні методи та інструменти, табл.1.8.

Отже, використання наведених в табл. 1.8 методів і інструментів дозволяє всебічно оцінити ефективність впровадження інноваційних технологій, виявити їхні переваги та недоліки, а також вжити заходів для подальшого вдосконалення. Оцінка ефективності інноваційних технологій у міжнародному туристичному бізнесі охоплює різноманітні аспекти, від фінансової та операційної ефективності до задоволеності клієнтів і ри

нкових позицій. Однак в процесі оцінки можуть виникати проблеми, пов'язані з міжнародною діяльністю. До них відносяться відмінності в правових вимогах і регуляціях різних країн можуть ускладнювати стандартизацію методів оцінки і порівняння даних. Мовні бар'єри та культурні особливості можуть вплинути на точність збору та аналізу даних про задоволеність клієнтів і ефективність операцій. Відмінності в технічних стандартах і системах можуть ускладнити інтеграцію та моніторинг інноваційних технологій у різних регіонах. Зміни валютних курсів можуть вплинути на фінансові результати і ускладнити аналіз рентабельності інвестицій. Координація та інтеграція технологій у міжнародному масштабі може бути складною через різні системи і процеси в різних країнах.

Таблиця 1.8. Методи та показники оцінки ефективності інноваційних технологій у туристичному бізнесі [3, с.34]

Розділ оцінки	Метод оцінки	Показники для вимірювання	Інструменти
Фінансова ефективність	Аналіз рентабельності інвестицій (ROI)	Повернення інвестицій у відсотках, період окупності	Фінансові звіти, аналітичні програми
	Вимірювання економії витрат	Зменшення витрат на персонал, маркетинг, операційні витрати	Бухгалтерські дані, звіти про витрати
Операційна ефективність	Вимірювання покращення ефективності процесів	Швидкість бронювання, час обробки запитів, кількість помилок	Системи автоматизації бізнес-процесів, CRM-системи
	Оцінка підвищення продуктивності персоналу	Кількість оброблених заявок на одного співробітника, час виконання завдань	Системи обліку робочого часу, опитування співробітників
Задоволеність клієнтів	Задоволеність клієнтів	Net Promoter Score (NPS), відсоток повторних покупок, оцінки за шкалою від 1 до 5	Опитування, аналіз відгуків у соцмережах
	Аналіз зменшення часу обслуговування	Середній час відповіді на запит, час вирішення проблеми	Системи обліку взаємодій з клієнтами
Ринкові позиції	Оцінка конкурентоспроможності	Ринкова частка, позиціонування бренду, відмінності від конкурентів	Аналіз ринку, дослідження конкурентів

Вплив на бізнес-модель	Оцінка адаптації бізнес-моделі	Зміна структури доходів, поява нових продуктів/послуг	Аналіз бізнес-моделі, стратегічне планування
	Оцінка інноваційного потенціалу	Кількість нових продуктів/послуг, кількість патентів	Аналіз портфеля інновацій, оцінка ефективності R&D
Технічні аспекти	Оцінка стабільності та надійності систем	Частота збоїв, час відновлення після збоїв	Журнали систем, моніторинг продуктивності
	Аналіз безпеки	Кількість кібератак, втрати даних	Звіти про кібербезпеку

Таким чином, методичні підходи до застосування інноваційних технологій міжнародним туристичним оператором охоплюють комплексну оцінку ефективності через різноманітні методи та інструменти. Кількісні методи, такі як фінансові показники, операційні метрики і аналіз даних, дозволяють оцінити економічну та операційну ефективність, а також вплив на маркетинг і задоволеність клієнтів. Якісні методи, зокрема опитування, фокус-групи і спостереження, допомагають визначити рівень задоволеності клієнтів та ефективність роботи персоналу. Комплексні методи, такі як Balanced Scorecard і benchmarking, надають всебічний аналіз загальної ефективності і конкурентоспроможності.

РОЗДІЛ 2.

ОЦІНКА ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТУРИСТИЧНИМ ОПЕРАТОРОМ «CORAL TRAVEL», М. КИЇВ

2.1. Аналіз результатів діяльності міжнародного туристичного оператора

Компанія Coral Travel є однією з провідних компаній в українській туристичній індустрії. Заснована 30 січня 2008 року, компанія швидко завоювала довіру клієнтів та стала лідером на ринку завдяки високій якості обслуговування та широкому спектру туристичних послуг. Протягом 16 років роботи компанія не лише зберегла високі стандарти обслуговування, але і розширила свій спектр послуг, включаючи як міжнародний, так і внутрішній туризм. Сьогодні Coral Travel є надійним і впізнаваним брендом, що відрізняється стабільністю та довірою серед споживачів [45].

Coral Travel пропонує українським туристам можливість відвідати найкращі курорти та готелі у 29 країнах світу. Серед найпопулярніших напрямків – Туреччина, Єгипет, Греція та Іспанія. Крім того, з 2013 року компанія також організовує відпочинок в Україні, пропонуючи різноманітні послуги: від лікування та оздоровлення до гірськолижних турів та активного туризму [45].

У Туреччині, Єгипті, Греції, Іспанії, ОАЕ, Таїланді та В'єтнамі туристів Coral Travel обслуговує приймаюча компанія Odeon Tours, що забезпечує високий рівень обслуговування та комфорт під час перебування за кордоном.

Coral Travel управляє власними роздрібними мережами «Турагентство Coral Travel» і «Турагентство Coral Elite Service», які працюють за єдиними стандартами якості. Ці офіси забезпечують клієнтам доступ до найкращих пропозицій та послуг, відповідаючи високим міжнародним стандартам [45].

Однією з особливостей Coral Travel є концепція сімейного відпочинку Coral Family Club, а також концепція преміумвідпочинку Coral Elite Service. Ці

програми забезпечують клієнтам унікальні умови для відпочинку та розваг, задовольняючи різні потреби та вподобання.

Coral Travel надає особливу увагу контролю якості послуг на всіх етапах роботи, ретельно відстежуючи кожну заявку з моменту її надходження до повернення туриста додому. Це дозволяє забезпечити безперервний високий рівень обслуговування та задоволення потреб клієнтів.

Бренд Coral Travel постійно впроваджує інноваційні технології та вдосконалює свої процеси, що дозволяє йому відповідати сучасним вимогам ринку і підтримувати високий рівень конкурентоспроможності. Coral Travel продовжує розвиватися, підтримуючи високі стандарти якості та впроваджуючи новітні рішення для задоволення потреб своїх клієнтів.

Відповідно до витягу, наведеного в Додатку А, відобразимо в табл.2.1 основну інформацію про підприємство.

Таблиця 2.1. Реєстраційна картка ТОВ «Coral Travel» м. Київ [45]

Параметр	Значення
Назва	ТОВ «Coral Travel»
Дата заснування	30.01.2008
Адреса	01054, Україна, місто Київ, вулиця Бульварно-Кудрявська, будинок 24
Електронна пошта	info@coraltravel.ua
Телефон	+380 (44) 495-82-80
Код ЄДРПОУ	35649894
Статутний капітал	1 000 000 грн
Основний вид діяльності	79.12 Діяльність туристичних операторів
Ліцензія	№ АЕ272768 на туроператорську діяльність, видану Міністерством економічного розвитку і торгівлі України. Ліцензія дійсна з 14.05.2014 року і забезпечена гарантією від ПАТ «Банк інвестицій та заощаджень» на суму еквівалентну 20 000 євро.
Директор та керівник	Прокопенко Тетяна Петрівна
Власники	Прокопенко Тетяна Петрівна – 49% Козій Наталія Юріївна – 39% Білай Олена Вікторівна – 12%
Кінцеві бенефіціарні власники	Прокопенко Тетяна Петрівна Козій Наталія Юріївна
Тип оподаткування	Загальна система оподаткування

Для міжнародного туристичного оператора ТОВ «Coral Travel» застосовується загальна система оподаткування, яка передбачає відповідність до ряду податкових зобов'язань і стандартів. Ось основні аспекти загальної системи оподаткування для такого типу компанії в Україні відображено на рис.2.1.



Рис.2.1. Характеристика системи оподаткування міжнародного туристичного оператора ТОВ «Coral Travel» м.Київ [45]

Податок на прибуток підприємств сплачується на основі фінансового результату діяльності компанії. Оператори, такі як Coral Travel, повинні регулярно подавати податкові декларації та сплачувати податок на прибуток відповідно до законодавства. ПДВ є непрямим податком, який накладається на додану вартість товарів і послуг. Для туристичних операторів важливо правильно оформлювати податкові накладні та звіти для відшкодування ПДВ за придбані послуги та товари. ЄСВ сплачується на користь соціальних фондів для покриття витрат на пенсії, медичне страхування та інші соціальні потреби. Кожен працівник компанії, включаючи директора і адміністративний персонал, підлягає цьому внеску. ПДФО утримується з доходів фізичних осіб

(працівників) і перераховується до бюджету. Туристичний оператор виступає як податковий агент для своїх співробітників.

Місцеві податки, такі як податок на нерухомість, можуть залежати від розташування офісів і об'єктів нерухомості, що перебувають у власності компанії. Також ТОВ «Coral Travel» повинно регулярно подавати податкові декларації, включаючи декларації з податку на прибуток, ПДВ, ЄСВ та ПДФО. Зазвичай це робиться щоквартально або щомісячно, в залежності від типу податку [45]. Цілепокладання в сфері туризму є критично важливим процесом, який визначає стратегічний напрямок і цілі туристичних компаній. Відобразимо в табл.2.2 основні складові.

Таблиця 2.2. «Дерево цілей» для ТОВ «Coral Travel» м.Київ [45]

Рівень	Ціль	Опис
Місія	Створення цивілізованого туристичного ринку	Забезпечити, щоб відносини в ланцюгу клієнт – агент – оператор були засновані на довірі і повазі, роблячи якісний відпочинок доступним для всіх українців.
Основна мета	Підвищення ефективності і конкурентоспроможності компанії	Працювати над підвищенням ефективності діяльності і конкурентоспроможності, зокрема в наступних напрямках:
1. Управління очікуваннями ринку	Зміцнення лояльності та підвищення популярності бренду	Зміцнювати лояльність до продукту компанії і проводити ефективні заходи для підвищення популярності бренду Coral Travel.
2. Поліпшення показників діяльності	Збільшення обсягів продажів та диференціація турпродукту	Підвищувати обсяги продажів, диференціювати турпродукт і постійно моніторити поточний стан справ на ринку.
3. Підвищення якості управління	Ефективне планування та точність прогнозів	Поліпшувати управлінські процеси через ефективне планування і підвищення точності прогнозів результатів діяльності.
4. Впровадження інновацій	Робота за світовими стандартами та впровадження інноваційних технологій	Дотримуватись найвищих світових стандартів, впроваджувати новітні туристичні технології для поступального розвитку компанії.

Згідно табл.2.2, «дерево цілей» ілюструє чіткий шлях досягнення стратегічних і оперативних цілей компанії. Місія компанії акцентує на створенні цивілізованого туристичного ринку через довірливі відносини з клієнтами, а основна мета передбачає підвищення ефективності та конкурентоспроможності. Важливими напрямками є управління очікуваннями

ринку, поліпшення показників діяльності, підвищення якості управління та впровадження інновацій. Ефективна організаційна структура відіграє ключову роль у досягненні цих цілей, забезпечуючи чітке розподілення обов'язків, оперативність у прийнятті рішень та злагоджену роботу всіх підрозділів. Це дозволяє компанії максимально реалізувати свої стратегії та досягти високих результатів (рис.2.2).

Наведена організаційна структура ТОВ «Coral Travel» є вертикальною і функціональною, де керівництво здійснюється зверху вниз, а основні відділи відповідають за різні аспекти діяльності компанії. Структура забезпечує ефективний розподіл завдань між працівниками та чітке підпорядкування, що сприяє злагодженій роботі всіх підрозділів.

Особливістю цієї структури є чітке розмежування між фінансовими та маркетинговими функціями, що дозволяє спеціалізуватися на управлінні ресурсами, плануванні бюджету та просуванні продукту на ринку. Важливим є також наявність відділу ІТ, що відповідає за впровадження інноваційних технологій, що необхідні для міжнародної діяльності.

Місце міжнародної діяльності в структурі представлено через підпорядкованість менеджера з туризму, менеджера з продажу, та туристичних агентів керівнику відділу обслуговування клієнтів, який безпосередньо відповідає за взаємодію з міжнародними партнерами та забезпечення якісних туристичних послуг. Це підкреслює важливість міжнародних операцій для компанії та їх інтеграцію у загальну організаційну структуру [45].

Відобразимо в Додатку Б основні функціональні обов'язки працівників. Розподіл функціональних обов'язків між працівниками ТОВ «Coral Travel» демонструє добре структуровану організаційну систему, де кожен рівень управління має чітко визначені ролі та завдання. Вищий керівний рівень зосереджується на стратегічному управлінні та фінансовому плануванні, тоді як адміністративний рівень забезпечує ефективне функціонування основних відділів, таких як фінанси, ІТ та обслуговування клієнтів. Фахівці та

підтримуючий персонал відповідальні за безпосереднє виконання ключових операцій, включаючи продажі, маркетинг, обслуговування клієнтів та адміністрування. Така структура забезпечує злагоджену роботу компанії, що сприяє досягненню стратегічних цілей та задоволенню потреб клієнтів.



Рис. 2.2. Організаційна структура управління міжнародного туристичного оператора ТОВ «Coral Travel» м.Київ [45]

Аналіз балансу ТОВ «Coral Travel» є ключовим інструментом для оцінки фінансового стану компанії та ефективного управління її ресурсами. Це дозволяє виявити сильні та слабкі сторони фінансової діяльності, оптимізувати використання активів і забезпечити стабільне функціонування компанії на ринку. Використовуючи звітність підприємства (Додаток В), проведемо горизонтальний та вертикальний аналіз балансу підприємства та відобразимо результати в табл.2.3.

Таблиця 2.3. Показники балансу ТОВ «Coral Travel» м.Київ за 2021-2023 роки

Показник	2021 рік		2022 рік		2023 рік		Абсолютне відхилення 2023 р до 2021 р	Темп зміни 2023 р до 2021 р., %
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Актив								
Нематеріальні активи	419	0,16	350	0,10	238	0,06	-181	-43,20
Основні засоби	5661	2,15	3662	1,04	2725	0,72	-2936	-51,86
Необоротні активи, всього	6080	2,31	4012	1,14	2963	0,78	-3117	-51,27
Запаси	2447	0,93	2066	0,59	2099	0,55	-348	-14,22
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	5358	2,03	7677	2,18	7627	2,00	2269	42,35
Інша поточна дебіторська заборгованість	151747	57,58	156924	44,53	161143	42,29	9396	6,19
Гроші та їх еквіваленти	14516	5,51	16551	4,70	5447	1,43	-9069	-62,48
Витрати майбутніх періодів	82306	31,23	164107	46,57	201135	52,78	118829	144,37
Інші оборотні активи	758	0,29	317	0,09	335	0,09	-423	-55,80
Оборотні активи, всього	257466	97,69	348374	98,86	348374	91,42	90908	35,31
Всього активів	263546	100	352386	100	381084	100	117538	44,60
Пасив								
Зареєстрований капітал	1000	0,38	1000	0,28	1000	0,26	0	0,00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	-11179	-4,24	-13383	-3,80	-22069	-5,79	-10890	97,41
Власний капітал, всього	-10179	-3,86	-12383	-3,51	-21069	-5,53	-10890	106,98
Поточна кредиторська заборгованість	3710	1,41	1204	0,34	1653	0,43	-2057	-55,44
Інші поточні зобов'язання	270017	102,46	363565	103,17	400500	105,09	130483	48,32

Продовження табл.2.3

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Поточні зобов'язання і забезпечення, всього	273725	103,86	364769	103,51	402153	105,53	128428	46,92
Всього пасивів	263546	100	352386	100	381084	100	117538	44,60

Аналіз балансу ТОВ «Coral Travel» за 2021-2023 роки показує значні зміни в структурі активів та пасивів компанії. З боку активів спостерігається суттєве зменшення необоротних активів, особливо нематеріальних активів та основних засобів, які знизилися на 43,20% і 51,86% відповідно. Водночас, оборотні активи зросли на 35,31%, що свідчить про зосередження компанії на короткострокових активах, особливо на витратах майбутніх періодів, які збільшилися на 144,37%. Динаміку активів відображено на рис. 2.3.



Рис.2.3. Динаміка активів ТОВ «Coral Travel» м.Київ за 2021-2023 роки, тис.грн

Переважання оборотних активів у балансі (понад 90%) для компанії у сфері міжнародного туризму свідчить про високу гнучкість та адаптивність бізнесу до змін на ринку. Це вказує на орієнтацію на короткострокові зобов'язання, що є характерним для туристичних операторів, які працюють з

великою кількістю замовлень і контрактів, що потребують швидкої обробки та виконання. Висока частка оборотних активів також може свідчити про значні авансові платежі клієнтів та постачальників, а також про часті операції з готівкою та іншими короткостроковими фінансовими інструментами. Це підкреслює важливість ефективного управління оборотними засобами для забезпечення стійкості та прибутковості компанії.

З боку пасивів видно, що компанія продовжує нести значний обсяг поточних зобов'язань, які зросли на 46,92%. Власний капітал залишається негативним, що вказує на фінансову нестабільність. Загалом, зростання зобов'язань і скорочення основних активів може сигналізувати про потенційні ризики в управлінні ресурсами і необхідність перегляду фінансової стратегії. Динаміку пасивів відображено на рис. 2.3.

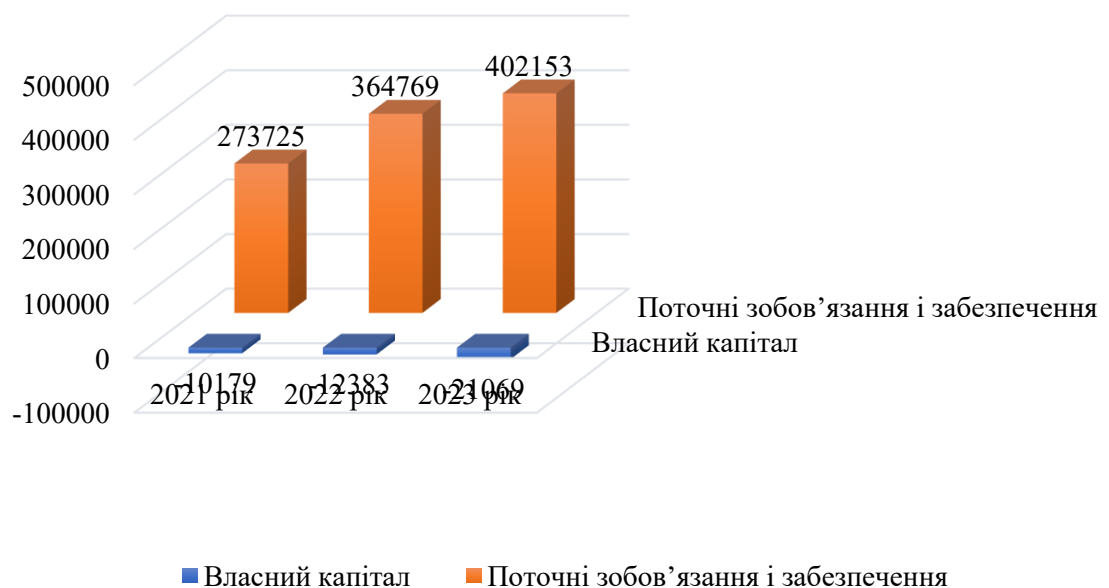


Рис.2.3. Динаміка пасивів ТОВ «Coral Travel» м.Київ за 2021-2023 роки, тис. грн.

У складі пасивів міжнародного туристичного оператора спостерігається негативний власний капітал, який з кожним роком збільшується: з -10,179 тис. грн у 2021 році до -21,069 тис. грн у 2023 році. Це свідчить про значні збитки, що накопичуються компанією. Водночас, поточні зобов'язання і забезпечення

значно зростають, з 273,725 тис. грн у 2021 році до 402,153 тис. грн у 2023 році, що вказує на підвищення залежності компанії від зовнішнього фінансування для підтримки своєї діяльності. Від так, виникає потреба аналізу результатів діяльності підприємства, табл.2.4.

Таблиця 2.4. Результати діяльності підприємства ТОВ «Coral Travel» м.Київ за 2021-2023 роки, тис. грн

Показник	2021 рік	2022 рік	2023 рік	Абсолютне відхилення 2023 р. до 2021 р.	Темп зміни 2023 р. до 2021 р., %
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	73944	5216	6356	-67 588	-91,40
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	1379	318	0	-1 379,00	-100,00
Валовий: прибуток	72565	4898	6356	-66 209,00	-91,24
Інші операційні доходи	43199	59220	28736	-14 463,00	-33,48
Адміністративні витрати	66109	37559	31796	-34 313,00	-51,90
Витрати на збут	26237	5374	7343	-18 894,00	-72,01
Інші операційні витрати	22378	23770	4869	-17 509,00	-78,24
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток (збиток)	1040	-2585	-8916	-9 956,00	-957,31
Інші фінансові доходи	1253	381	230	-1 023,00	-81,64
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток (збиток)	2293	-2204	-8686	-10 979,00	-478,81
Витрати (дохід) з податку на прибуток	-414		0	414,00	-100,00
Чистий фінансовий результат: прибуток (збиток)	1879	-2204	-8686	-10 565,00	-562,27

Аналіз результатів діяльності ТОВ «Coral Travel» за 2021-2023 роки показує значне погіршення фінансових показників. Чистий дохід від реалізації продукції впав на 91,40%, що вказує на суттєве зниження обсягів продажів. Валовий прибуток також зменшився на 91,24%, що свідчить про зниження рентабельності діяльності. Операційні витрати, зокрема адміністративні та витрати на збут, хоча і зменшилися, все ж залишаються високими в умовах

зниження доходів. В результаті фінансовий результат від операційної діяльності перейшов зі скромного прибутку в 2021 році до значного збитку в 2023 році, що демонструє погіршення загальної ефективності роботи компанії. Чистий фінансовий результат також вказує на поглиблення збитковості підприємства, що свідчить про необхідність перегляду стратегічних підходів до управління та фінансів.

Таким чином, ТОВ «Coral Travel» є одним із провідних міжнародних туристичних операторів в Україні, заснованим у 2008 році. Компанія пропонує широкий спектр туристичних послуг, охоплюючи 29 країн, з акцентом на високий рівень обслуговування та контроль якості на всіх етапах роботи. Вона вирізняється впровадженням інноваційних технологій і підтриманням стабільно високих стандартів у туристичній індустрії. Завдяки своїм концепціям сімейного та преміумвідпочинку, Coral Travel забезпечує унікальний досвід для клієнтів, задовольняючи різні потреби споживачів.

Діяльність міжнародного туристичного оператора ТОВ «Coral Travel» у 2021-2023 роках характеризується суттєвим погіршенням фінансових показників. Чистий дохід від реалізації продукції зменшився на 91,40%, що свідчить про різке зниження обсягів продажів та активності на ринку. Валовий прибуток також зазнав значного скорочення, що свідчить про зниження рентабельності компанії. Збитки від операційної діяльності зросли, що призвело до суттєвого збільшення негативного фінансового результату. Це, у свою чергу, сприяло подальшому поглибленню негативного власного капіталу, що вказує на фінансову нестабільність компанії та підвищену залежність від зовнішнього фінансування. Загалом, результати діяльності ТОВ «Coral Travel» за аналізований період демонструють критичну потребу в перегляді стратегії управління та фінансових підходів для відновлення стабільності та рентабельності.

2.2. Оцінка процесу застосування інноваційних технологій оператором

В умовах глобалізації та швидкого розвитку технологій туристична індустрія зазнає значних змін, що вимагає від міжнародних туристичних операторів постійного впровадження інновацій. Оцінка процесу застосування інноваційних технологій стає критично важливою для збереження конкурентоспроможності та підвищення ефективності бізнесу. В цьому контексті, міжнародний туристичний оператор ТОВ «Coral Travel» демонструє активне впровадження сучасних технологічних рішень, що сприяє покращенню якості послуг, оптимізації внутрішніх процесів і підвищенню соціальної відповідальності.

Процес застосування інноваційних технологій міжнародним туристичним оператором, таким як ТОВ «Coral Travel», включає кілька ключових складових та етапів, що забезпечують ефективне впровадження та використання новітніх рішень у бізнес-процесах (рис.2.3).

Згідно рис.2.3 бачимо, що на першому етапі – визначення потреб компанії та встановлення чітких цілей впровадження інновацій. Це може включати покращення якості послуг, оптимізацію внутрішніх процесів, підвищення ефективності комунікації з клієнтами чи партнерами, або розвиток нових продуктів.

Дослідження сучасних технологічних рішень, доступних на ринку. Огляд різних інструментів та платформ, які можуть відповідати потребам компанії, включаючи програмне забезпечення для управління турпродуктами, CRM-системи, платформи для аналізу даних тощо.

Розробка детального плану впровадження обраних технологій. Це включає визначення етапів впровадження, ресурсів, необхідних для реалізації, а також створення графіку виконання.

Процес інтеграції нових технологій у існуючі бізнес-процеси компанії. На цьому етапі здійснюється настройка систем, проведення тестування для

виявлення можливих проблем та забезпечення сумісності з іншими технологіями.

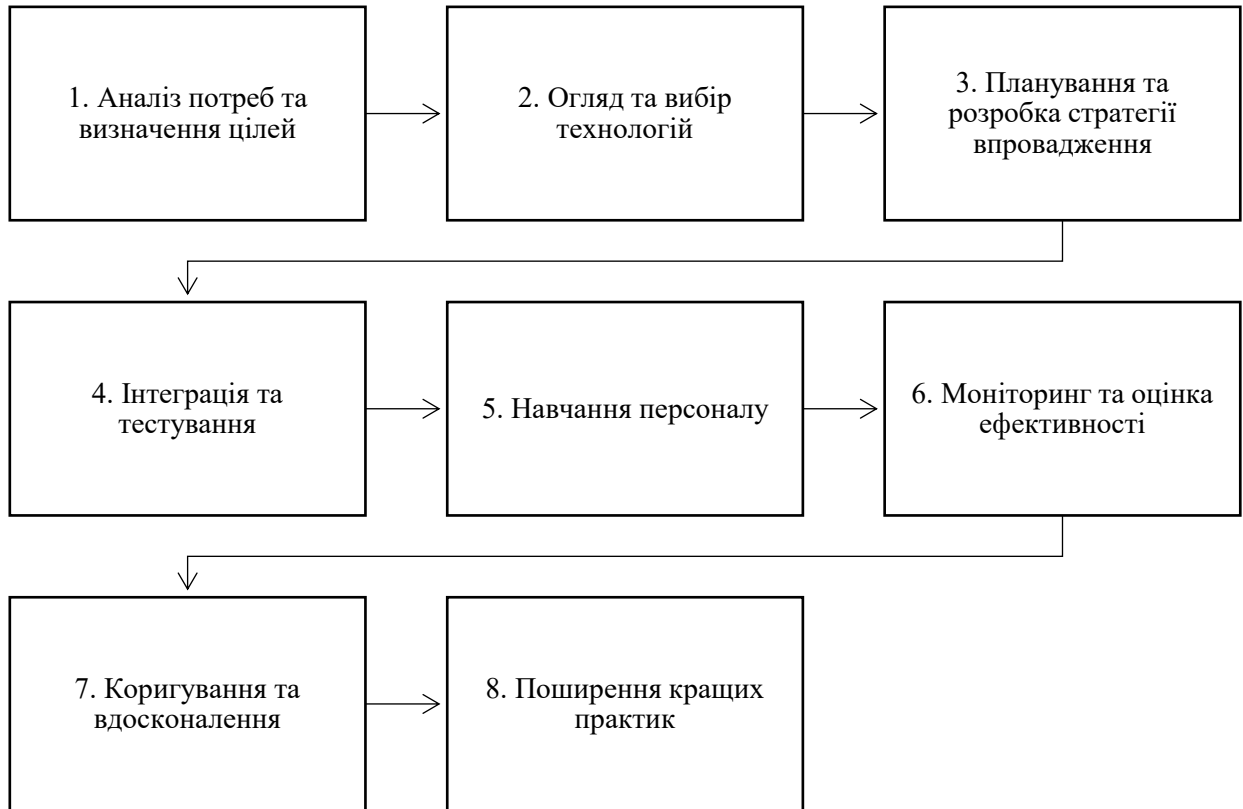


Рис. 2.3. Складові та етапи процесу застосування інноваційних технологій ТОВ «Coral Travel» м. Київ

Організація навчання для співробітників компанії щодо використання нових технологій. Це може включати проведення тренінгів, семінарів або створення навчальних матеріалів.

Постійний моніторинг процесів та оцінка ефективності впроваджених технологій. Це включає збір зворотного зв'язку від користувачів, аналіз результатів, виявлення сильних та слабких сторін впровадження.

На основі оцінки ефективності проводиться коригування процесів та вдосконалення технологічних рішень. Це може включати оновлення систем, вдосконалення функціоналу або впровадження нових інструментів.

Документування успішних практик та впровадження їх у ширший

контекст компанії або на рівні галузі. Це допомагає іншим підрозділам чи партнерам скористатися набутих досвідом.

Ефективне застосування інноваційних технологій є критично важливим для підвищення конкурентоспроможності та оперативної ефективності туристичного оператора. Ретельно сплановані та організовані етапи процесу допомагають забезпечити успішну інтеграцію нових рішень та досягнення стратегічних цілей компанії.

Водночас, на нашу думку, недоліки застосування інноваційних технологій у ТОВ «Coral Travel» можуть включати високі витрати на впровадження та підтримку нових технологій, що може перевищити запланований бюджет. Складнощі в інтеграції нових систем з існуючими процесами, що може призвести до тимчасових збоїв у роботі. Необхідність навчання персоналу, яке може зайняти багато часу та ресурсів, і не завжди є ефективним. Ризики безпеки даних, оскільки нові технології можуть створювати нові вразливості для кібератак. Супротив змінам з боку співробітників, яке може уповільнити процес впровадження та знизити ефективність нових рішень.

Інформаційні технології відіграють ключову роль в інноваційній діяльності ТОВ «Coral Travel», забезпечуючи ефективне управління процесами та просування послуг на ринку. Використання сучасних ІТ-рішень, таких як онлайн-бронювання, інтеграція з соціальними мережами та оптимізація веб-сайту, дозволяє компанії залишатися конкурентоспроможною і відповідати потребам клієнтів. Крім того, інформаційні технології сприяють швидкому адаптуванню до ринкових змін і вдосконаленню обслуговування клієнтів. Це забезпечує компанії можливість утримувати високий рівень якості послуг і підтримувати лідерство на туристичному ринку.

ТОВ «Coral Travel» активно використовує інноваційні технології в просуванні власного бренду для підвищення ефективності своєї діяльності та просування туристичних послуг вцілому (рис.2.4).

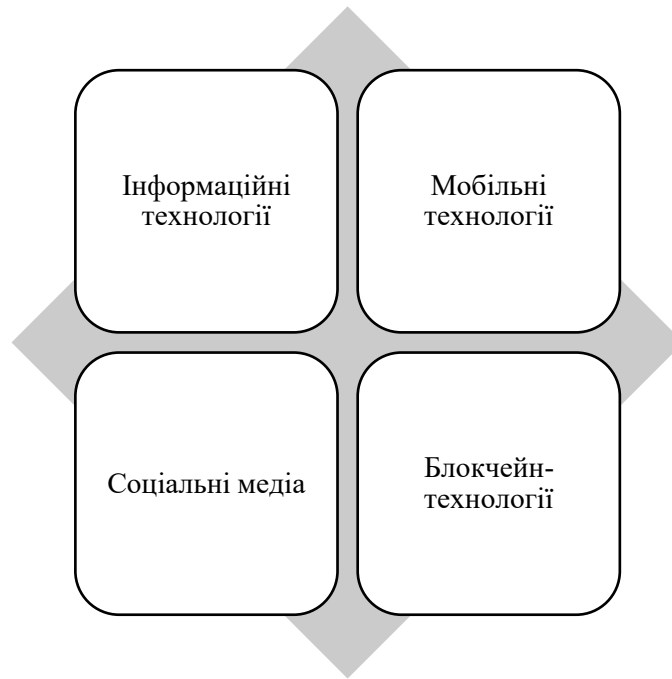


Рис.2.4. Види інноваційних технологій в діяльності ТОВ «Coral Travel» м.Київ [45]

Розглянемо основні складові більш детально.

1. Інформаційні технології. ТОВ «Coral Travel» активно впроваджує різноманітні інформаційні технології для забезпечення ефективної роботи та покращення досвіду своїх клієнтів: система бронювання, а також аналітичні платформи та CRM-системи

Система онлайн-бронювання – спрощує процес бронювання турів і дозволяє зменшити навантаження на офісні канали обслуговування. ТОВ «Coral Travel» використовує систему онлайн-бронювання, яка працює на базі платформи Amadeus – однієї з найбільших і найвідоміших глобальних дистрибутивних систем (GDS) в індустрії туризму та авіації, заснованої в США. Ця платформа забезпечує ефективну взаємодію з авіакомпаніями, готелями, орендодавцями автомобілів та іншими туристичними операторами, що робить її достатньо ефективною для роботи в міжнародному просторі.

Переваги системи Amadeus включають її глобальне охоплення, високу швидкість обробки запитів, надійність та доступ до великої кількості туристичних послуг. Це дозволяє «Coral Travel» надавати клієнтам актуальну

інформацію та оперативно обробляти бронювання, забезпечуючи високий рівень обслуговування. Крім того, ця платформа підтримує інтеграцію з іншими ІТ-системами компанії, що сприяє загальній ефективності бізнес-процесів.

Водночас, дана платформа має ряд типових недоліків. Наприклад те, що оскільки Amadeus є однією з провідних платформ на ринку, що означає значні витрати на ліцензування та підтримку системи. Це може збільшити операційні витрати компанії. Використання Amadeus означає залежність від зовнішнього постачальника для підтримки, оновлення та вирішення технічних проблем, що може вплинути на оперативність обслуговування клієнтів. Також, хоча Amadeus має багато можливостей, його налаштування та інтеграція з іншими системами компанії можуть бути складними та вимагати додаткових ресурсів і часу для реалізації.

Ще одним видом інформаційних технологій є аналітична платформа Amadeus Business Intelligence та CRM-система Salesforce, які виконують різні, але взаємодоповнюючі завдання в діяльності міжнародного туристичного оператора ТОВ «Coral Travel». Відобразимо на рис.2.5 основні завдання.

Використання аналітичної платформи Amadeus Business Intelligence та CRM-системи Salesforce надає суттєві переваги. Amadeus Business Intelligence забезпечує глибокий аналіз ринкових тенденцій і поведінки клієнтів, що дозволяє компанії залишатися конкурентоспроможною та адаптивною до змін на ринку. Salesforce, у свою чергу, автоматизує процеси взаємодії з клієнтами, оптимізує продажі та підтримує ефективне управління маркетинговими кампаніями.

На нашу думку, використання тільки однієї з цих систем для забезпечення ефективної діяльності міжнародного туристичного оператора ТОВ «Coral Travel» було б недостатнім через різні завдання, які вони вирішують. Amadeus Business Intelligence спеціалізується на аналітиці та прогнозуванні, що важливо для стратегічного планування та ринкових досліджень, тоді як Salesforce зосереджений на управлінні взаємовідносинами

з клієнтами та автоматизації бізнес-процесів, що критично для операційної ефективності.



Рис.2.5. Завдання Amadeus Business Intelligence та CRM-система Salesforce в діяльності ТОВ «Coral Travel» м. Київ

ТОВ «Coral Travel» успішно використовує інформаційні технології для забезпечення ефективної роботи та покращення якості обслуговування своїх клієнтів. Впровадження ІТ дозволяє підвищити ефективність бізнес-процесів, забезпечити зручність для клієнтів та розширити ринок. Однак важливо враховувати як високі витрати на впровадження, так і ризики, пов'язані з технічною інфраструктурою та зменшенням рівня персоналізованого обслуговування. Для подальшого успішного розвитку «Coral Travel» необхідно знаходити баланс між технологічними інноваціями та підтримкою

високого рівня обслуговування клієнтів.

2. Соціальні медіа. Компанія активно використовує Facebook для публікацій розважального контенту та новин, що є важливим для залучення платоспроможної аудиторії. Однак, після повномасштабного вторгнення, активність на цій платформі зменшилася, що може впливати на зниження взаємодії з клієнтами.

Також ТОВ «Coral Travel» веде сторінку в Instagram користується великою популярністю і демонструє активність, що позитивно впливає на імідж компанії. Регулярне оновлення контенту і актуальність інформації є перевагами, але число підписників залишається меншим порівняно з Facebook. В Додатку Г відображено вигляд сторінки.

Від так, кількість підписників у Facebook становить 127 тис. осіб, із яких активних (за кількістю вподобань та репостів) – близько тисячі. Тоді як в Instagram – 124 тис. грн, а активних менше 500. Відобразимо на рис. 2.6 структуру інформаційного наповнення в соціальних мережах.

Наведена структура публікацій на сторінці Facebook «Coral Travel» демонструє збалансований підхід до контенту, орієнтований на залучення клієнтів і підтримку позитивного іміджу компанії. Найбільший акцент зроблено на акції та спеціальні пропозиції (35%), що сприяє стимулюванню продажів і залученню нових клієнтів.

Значну частку займають новини компанії та індустрії туризму (25%), що дозволяє підтримувати обізнаність аудиторії про діяльність компанії та актуальні події в галузі. Освітній контент (20%) доповнює стратегію, підвищуючи інтерес до туристичних напрямків, а відгуки клієнтів та соціальна відповідальність (по 10%) формують довіру та лояльність до бренду.

3. Мобільні технології. Веб-сайт «Coral Travel» та мобільний додаток є основним ресурсом для надання інформації про послуги та бронювання турів. Він надає можливість онлайн-консультування і бронювання в режимі реального часу, що є значним досягненням у сфері інновацій.

Мобільні технології, зокрема сайт та мобільний додаток, дозволяють

ТОВ «Coral Travel» забезпечити постійний доступ клієнтів до інформації та послуг, сприяючи більшій взаємодії та залученості. Це також підвищує зручність користування, що позитивно впливає на лояльність до бренду. Завдяки мобільним платформам оператор може ефективно просувати спеціальні пропозиції та індивідуальні тури, збільшуючи конверсії та зміцнюючи бренд на міжнародному рівні (рис.2.7).

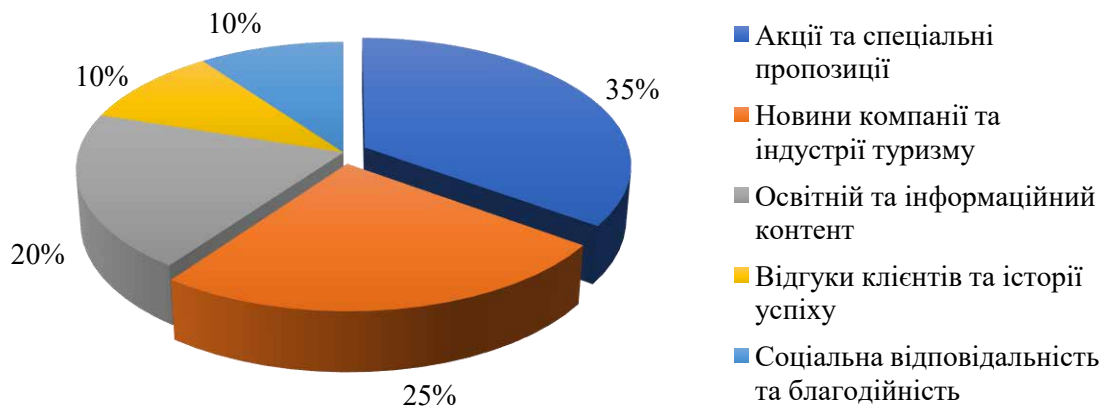


Рис. 2.6. Структура публікацій в соціальних мережах «Coral Travel» м. Київ з розподілом за категоріями контенту

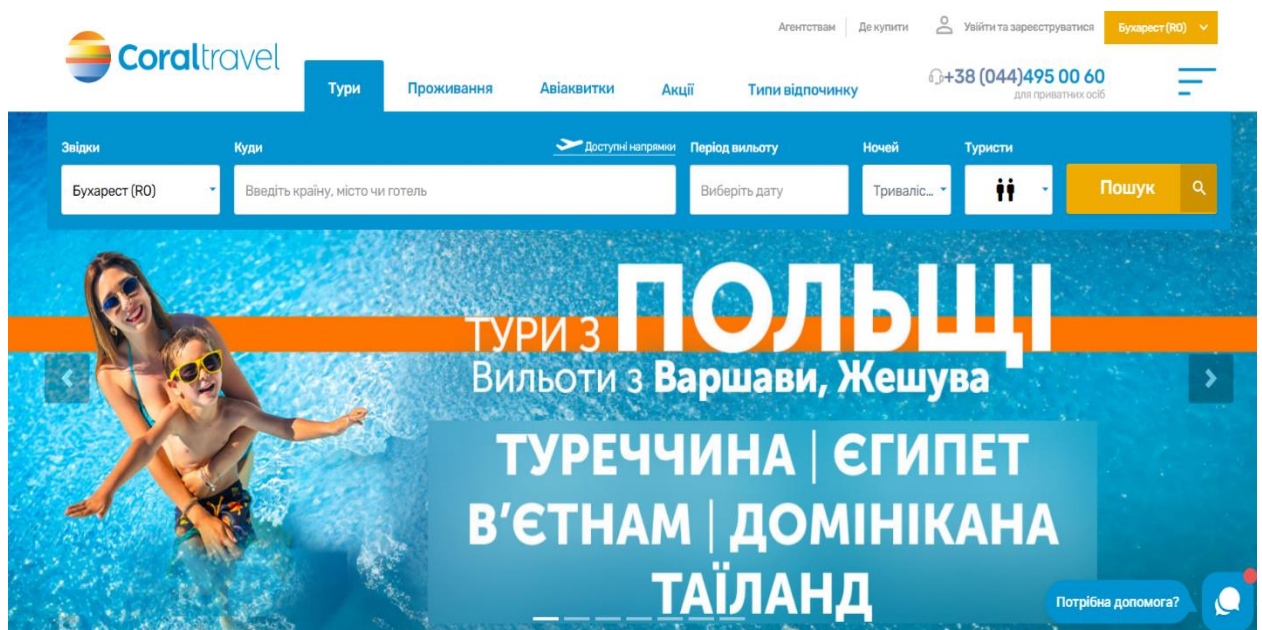


Рис.2.7. Головна сторінка офіційного сайту ТОВ «Coral Travel» м.Київ

Головна сторінка проста і інтуїтивно зрозуміла структура. Основні розділи (Тури, Проживання, Авіаквитки, Акції, Типи відпочинку) розташовані у верхній частині сторінки, що полегшує навігацію. Наявність зручної форми пошуку дозволяє користувачам швидко знайти необхідний тур. Виділення Туреччини, Єгипту, В'єтнаму, Домінікани та Таїланду свідчить про фокусування на цих напрямках.

Додаткові функції, такі як «реєстрація та вхід», «контактна інформація» дають можливість створення особистого кабінету для зручного бронювання та управління замовленнями та забезпечують можливість зв'язку з оператором.

Надана інформація є достатньою для первинного ознайомлення з послугами компанії. Дизайн сайту простий і зрозумілий. Використання контрастних кольорів привертає увагу до основних елементів. Сайт орієнтований на зручність користувача: проста навігація, інтуїтивно зрозуміла форма пошуку, наявність фільтрів.

Проведемо оцінку ефективності використання сайту ТОВ «Coral Travel» (табл. 2.5).

Таблиця 2.5. Оцінка сайту компанії «Coral Travel» м. Київ

Параметр оцінки	Коефіцієнт вагомості	Бал	Оцінка
Зручність навігації	0,11	4	0,44
Інформативність	0,1	3	0,3
Швидкість завантаження	0,08	5	0,4
Дизайн	0,09	4	0,36
Зручність пошуку турів	0,09	5	0,45
Актуальність інформації	0,08	5	0,4
Контактна інформація	0,09	3	0,27
Додаткові сервіси (онлайн бронювання, FAQ)	0,05	3	0,15
Додаткові функції сайту	0,09	2	0,18
Мобільна версія	0,1	3	0,3
Взаємодія з користувачем	0,12	4	0,48
Середнє			3,73

Згідно табл. 2.5, швидкість завантаження (0,4) і зручність пошуку турів (0,45) отримали високі бали, що свідчить про ефективність сайту в

забезпеченні швидкого доступу до інформації та зручності користування пошуковими функціями. Актуальність інформації (0,4) та взаємодія з користувачем (0,48) також отримали позитивні оцінки, що підтверджує, що сайт надає актуальну інформацію та забезпечує ефективну взаємодію з користувачами. Додаткові функції сайту (0,18) та мобільна версія (0,3) отримали нижчі бали, що вказує на потребу в покращенні додаткових функцій та адаптації сайту для мобільних пристроїв. Зручність навігації (0,44) та дизайн (0,36) також мають середні оцінки, що може вказувати на потребу в удосконаленні користувацького інтерфейсу та загального дизайну для поліпшення користувацького досвіду. Контактна інформація (0,27) та додаткові сервіси (0,15) показують, що існують деякі недоліки в доступності контактної інформації та додаткових функцій, що може впливати на загальну зручність використання сайту.

Середній бал сайту становить 3,73, що свідчить про достатній рівень ефективності в основних функціях. Проте, для підвищення загальної якості та покращення користувацького досвіду рекомендується зосередитися на удосконаленні мобільної версії, додаткових функцій та візуального дизайну сайту. Узагальнимо в табл. 2.6 оцінку застосування інноваційних технологій в діяльності підприємства.

Застосування інноваційних технологій у діяльності ТОВ «Coral Travel» у місті Київ має значні переваги, але також не обходиться без викликів. Інформаційні технології, такі як Amadeus, Amadeus Business Intelligence та CRM-система Salesforce, забезпечують глибокий аналіз ринку, автоматизують взаємодію з клієнтами та оптимізують процеси продажу і маркетингу, що надає компанії конкурентну перевагу. Проте, вони вимагають значних фінансових вкладень і кваліфікованого персоналу, що може бути проблематичним.

Соціальні медіа, як Facebook та Instagram, сприяють розширенню аудиторії та підвищенню впізнаваності бренду. Однак, ефективність їх

використання залежить від алгоритмів платформ, і некоректний контент може негативно вплинути на репутацію компанії.

Таблиця 2.6. Оцінка застосування інноваційних технологій у діяльності міжнародного туристичного оператора ТОВ «Coral Travel» м. Київ

Складова	Інноваційні технології	Переваги	Недоліки	Оцінка
Інформаційні технології	Amadeus, Amadeus Business Intelligence, CRM-система Salesforce	Глибокий аналіз ринку, автоматизація взаємодії з клієнтами, оптимізація продажів та маркетингу	Висока вартість впровадження та підтримки, необхідність навчання персоналу	9/10
Соціальні медіа	Facebook, Instagram	Розширення аудиторії, підвищення впізнаваності бренду, швидка комунікація з клієнтами	Залежність від алгоритмів платформ, можливість негативного впливу у разі некоректного контенту	5/10
Мобільні технології	Веб-сайт, мобільний додаток	Зручність для користувачів, доступність послуг 24/7, підвищення клієнтського досвіду	Необхідність постійного оновлення, високі вимоги до технічної підтримки та безпеки	6/10

Мобільні технології, включаючи веб-сайт і мобільний додаток, надають зручність для користувачів та доступність послуг цілодобово, що покращує клієнтський досвід. Водночас, ці технології потребують постійного оновлення та високого рівня технічної підтримки, що також може бути викликом для компанії.

Отже, ТОВ «Coral Travel» демонструє значний рівень впровадження інноваційних технологій у своїй діяльності. Проведена оцінка застосування інноваційних технологій у діяльності ТОВ «Coral Travel» демонструє значну роль сучасних рішень у підвищенні ефективності бізнес-процесів. Інформаційні технології, такі як Amadeus, Amadeus Business Intelligence, та CRM-система Salesforce, є ключовими інструментами для глибокого аналізу ринку, автоматизації взаємодії з клієнтами та оптимізації продажів.

Незважаючи на високу вартість впровадження і підтримки цих систем, їх використання забезпечує компанії значну конкурентну перевагу.

Соціальні медіа, як Facebook та Instagram, є важливими для розширення аудиторії та підвищення впізнаваності бренду. Водночас їх ефективність може залежати від зовнішніх факторів, таких як зміни алгоритмів платформ.

Мобільні технології, зокрема веб-сайт та мобільний додаток, надають зручність для користувачів і доступність послуг 24/7, що значно покращує клієнтський досвід. Однак, підтримка цих технологій вимагає постійних оновлень та забезпечення безпеки.

Загалом, використання інноваційних технологій дозволяє ТОВ «Coral Travel» ефективно конкурувати на міжнародному ринку, проте потребує постійного інвестування в технічну підтримку та розвиток персоналу.

2.3. Дослідження впливу інноваційних технологій на результати діяльності туристичного оператора

Інноваційні технології відіграють ключову роль у підвищенні ефективності діяльності туристичних операторів, забезпечуючи конкурентні переваги на ринку. Оскільки основним показником ефективності є кількість клієнтів, використовуючи інструменти Google Trends, проведемо дослідження ефективності використання соціальних медіа мобільних технологій за допомогою кількості запитів споживачами в Інтернеті (рис.2.8).

Від так бачимо, що за останні 12 місяців кількість запитів знаходиться на рівні менше 100 тис. Спостерігається яскраво виражена сезонність інтересу до запиту «Coral Travel». Піки інтересу припадають на весняно-літній період, що логічно пов'язане із плануванням та бронюванням літніх відпусток. В осінньо-зимовий період інтерес до бренду значно знижується, що може бути пов'язане із зменшенням попиту на туристичні послуги у цю пору року. Протягом усього періоду спостереження спостерігаються незначні коливання інтересу, які можуть бути пов'язані з різними факторами, такими як

маркетингові кампанії компанії, сезонні розпродажі, події новин тощо. Незважаючи на сезонні коливання, загальний тренд інтересу до бренду залишається відносно стабільним. Це свідчить про те, що Coral Travel є досить популярним і затребуваним брендом на ринку туристичних послуг. Бренд «Coral Travel» є більш актуальним порівняно із корал тревел.

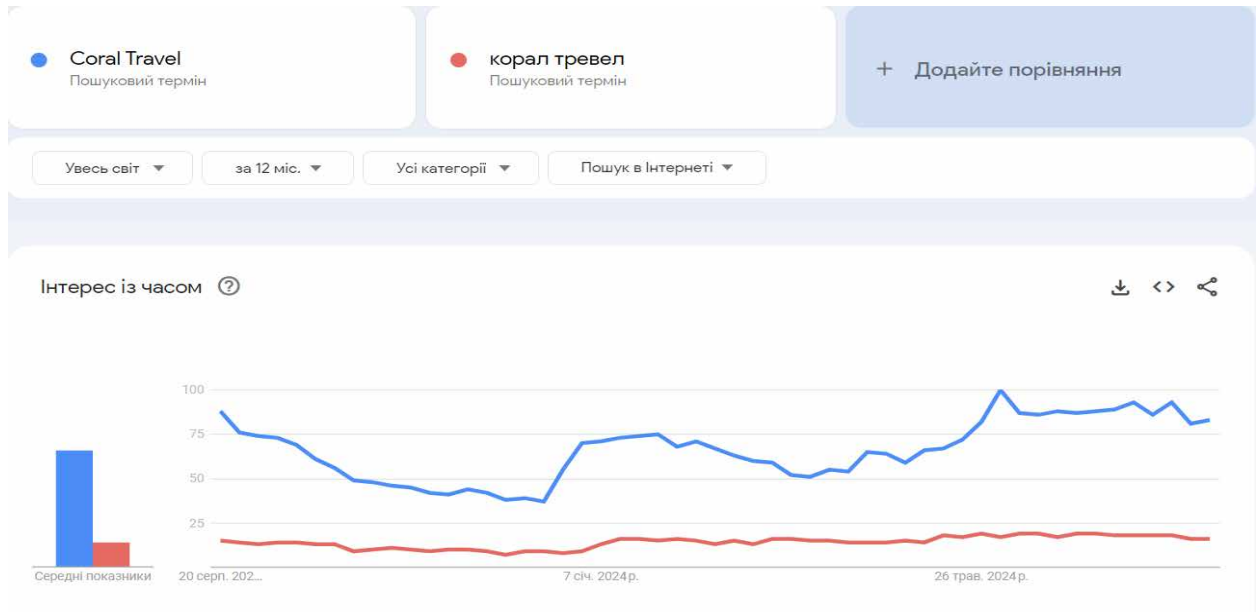


Рис.2.8. Кількість запитів за пошуковими термінами

На рис.2.9 відображено обсяг запитів за регіонами пошуку.

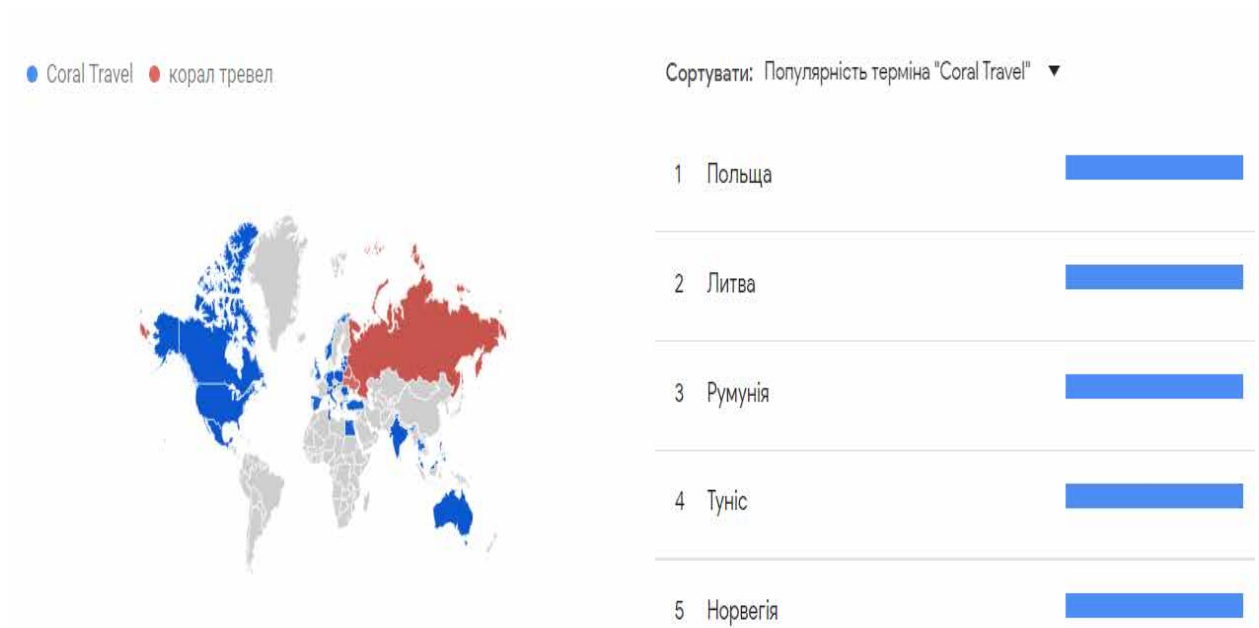


Рис.2.9. Аналіз запитів за регіонами

Попит на послуги ТОВ «Coral Travel» значно варіюється за регіонами, що відображається в популярності бренду в різних країнах. Найбільший інтерес до послуг компанії спостерігається в Польщі, де «Coral Travel» має значну популярність і вплив. Литва та Румунія займають друге і третє місця за рівнем популярності, що свідчить про активний попит на туристичні послуги в цих країнах. У Тунісі та Норвегії інтерес до «Coral Travel» також є, але він менший, що може вказувати на потребу в адаптації маркетингових стратегій для цих регіонів.

Отже, «Coral Travel» є досить популярним пошуковим запитом, який займає третє місце серед запитів, пов'язаних з подорожами та туристичними послугами. Це свідчить про значний інтерес до компанії як серед мандрівників, так і серед тих, хто планує відпустку. Найбільше запитів стосується загальної тематики подорожей, готелів, та інших туристичних послуг, що вказує на інтерес користувачів до організації відпочинку через цю компанію. «Coral Travel» має конкуренцію на ринку, оскільки інші запити, такі як «Корал Тревел» і «Готель», також мають високий рейтинг. Це може свідчити про необхідність додаткових маркетингових зусиль для підтримки та збільшення популярності бренду. Відобразимо в табл.2.7 обсяг реалізації путівок.

Загалом, «Coral Travel» є значущим гравцем на ринку туристичних послуг, і запити, пов'язані з цією компанією, відображають стійкий інтерес користувачів до її послуг.

Наступним етапом дослідження ефективності є проведення кількісного аналізу, відобразимо в табл.2.7 економічні показники ефективності діяльності підприємства.

Аналіз показників ефективності діяльності ТОВ «Coral Travel» за 2021-2023 роки свідчить про суттєве зниження як загального обсягу наданих послуг, так і фінансових результатів компанії.

Обсяг наданих послуг зменшився на 91,4% з 73 944 тис. грн у 2021 році до 6 356 тис. грн у 2023 році, що вказує на значне скорочення діяльності

компанії. Обсяг витрат на інноваційні технології також зменшився на 44,75%, що може свідчити про зниження інвестицій у новітні рішення або про їх неефективність.

Таблиця 2.7. Показники ефективності діяльності ТОВ «Coral Travel»

м. Київ

Показник	2021 рік	2022 рік	2023 рік	Абсолютне відхилення 2023 р. до 2021 р.	Темп зміни 2023 р. до 2021 р., %
Обсяг наданих послуг, тис.грн	73944	5216	6356	-67588	-91,40
Обсяг операційних витрат, тис.грн	103431	43411	44612	-58819	-56,87
Обсяг витрат на інноваційні технології, тис.грн	44060	10245	24345	-19715	-44,75
Середньооблікова чисельність персоналу, осіб	140	83	87	-53	-37,86
Чистий прибуток (збиток), тис.грн	1 872	-2204	-8686	-10558	-564,00
Рентабельність власного капіталу, %	-18,46	17,80	41,23	60	-323,33
Рентабельність продажів, %	2,54	-42,25	-136,66	-139	-5477,89
Рентабельність послуги, %	136,26	-693,08	0	-136,26	0
Рентабельність операційних витрат, %	1,81	-5,08	-19,47	-21	-1175,75
Рентабельність витрат на інноваційні технології, %	4,25	-21,51	-35,68	-40	-939,75
Продуктивність праці, тис.грн/особу	13,42	-26,55	-99,84	-113	-843,88

Чистий прибуток різко знизився з позитивного значення у 2021 році до значних збитків у 2023 році, що свідчить про значні фінансові труднощі. Відповідно, показники рентабельності, включаючи рентабельність власного капіталу, продажів і операційних витрат, продемонстрували значне погіршення, що відображає низьку ефективність використання ресурсів та інвестицій.

Рентабельність власного капіталу знизилася з -18,46% у 2021 році до 41,23% у 2023 році, що свідчить про суттєве поліпшення у порівнянні з 2022 роком, але все ще залишається негативним. Це може вказувати на проблеми з

використанням капіталу або його недостатню ефективність.

Рентабельність продажів показує серйозне погіршення, переходячи від позитивного значення 2,54% у 2021 році до -136,66% у 2023 році. Це свідчить про значні збитки від продажів, що може бути результатом зниження обсягів продажів або зростання витрат.

Рентабельність послуги показує значні коливання, з позитивного 136,26% у 2021 році до 0% у 2023 році. Це може вказувати на нестабільність у наданні послуг або зміну їхнього цінового формату.

Рентабельність операційних витрат зменшилася з 1,81% у 2021 році до -19,47% у 2023 році, що свідчить про неефективне управління витратами та зниження ефективності операційної діяльності.

Рентабельність витрат на інноваційні технології також знизилася, що вказує на недостатню віддачу від інвестицій у технології.

Продуктивність праці зменшилась на 843,88%, що вказує на суттєве зниження ефективності роботи персоналу. Це може бути наслідком зменшення обсягу роботи або недостатньої мотивації працівників.

Таким чином, загальний аналіз вказує на кризові явища в компанії, які потребують термінового вирішення, зокрема в сфері оптимізації витрат, підвищення продуктивності та відновлення ефективності інвестицій у технології.

За результатами дослідження, відобразимо в табл. 2.8 вплив інноваційних технологій на результати діяльності підприємства.

Згідно аналізу табл.2.8, Amadeus позитивно впливає на рентабельність власного капіталу, оскільки автоматизація і покращення процесів можуть підвищити загальну ефективність і знижувати витрати. Amadeus Business Intelligence позитивно впливає на рентабельність продажів завдяки глибокому аналізу ринку, що допомагає зростанню продажів. CRM-система Salesforce позитивно впливає на рентабельність послуги завдяки покращенню управління клієнтами і персоналізації обслуговування. Соціальні медіа (Facebook та Instagram) мають нейтральний вплив на рентабельність, оскільки

їхній ефект може бути обмежений і залежати від загальної стратегії маркетингу. Веб-сайт має нейтральний вплив на рентабельність, оскільки його основна функція – забезпечення доступності та зручності, що не завжди безпосередньо корелює з рентабельністю. Відсутність мобільного додатку для туристичних агентств та нестабільна робота як мобільного додатку туристичного, який функціонує в Україні є великим упущенням. У сучасному світі, де технології невпинно розвиваються, а споживачі стають все більш вимогливими до якості послуг, відсутність мобільного додатку для міжнародного туристичного оператора «Coral Travel» в Україні виглядає як серйозна проблема. Мобільні додатки стали невід'ємною частиною життя людей, оскільки вони спрощують доступ до інформації та послуг, забезпечують зручність і швидкість у здійсненні покупок. В умовах повномасштабної війни в Україні, коли туристичний ринок стикається з численними викликами, важливість впровадження таких технологій стає ще більш актуальною.

Таблиця 2.8. Зв'язок між інноваційними технологіями ТОВ «Coral Travel» та показниками рентабельності та прибутковості підприємства

Інноваційна технологія	Показник рентабельності/прибутковості	Вплив на показник	Стан	Оцінка впливу (позитивний/нейтральний/негативний)
Amadeus	Рентабельність власного капіталу	Позитивний	Зниження витрат	+1
Amadeus Business Intelligence	Рентабельність продажів	Позитивний	Зниження обсягу продажів	+1
CRM-система Salesforce	Рентабельність послуги	Позитивний	Стабільність послуг	+1
Facebook	Рентабельність операційних витрат	Нейтральний	Перемінність	0
Instagram	Рентабельність витрат на інноваційні технології	Нейтральний	Нестабільний	0
Веб-сайт	Рентабельність продажів	Нейтральний	Коливання продажів	0
Мобільний додаток	Рентабельність послуги	Нейтральний	Нестабільний	-1

Отже, втрачені можливості ТОВ «Coral Travel» у сфері впровадження інноваційних технологій виявляються у кількох ключових аспектах, рис.2.10.

Впровадження Amadeus Business Intelligence мало на меті оптимізацію процесів управління даними та прийняття рішень. Однак зниження обсягу продажів стало очевидним наслідком недостатнього використання цього інструменту для підвищення продуктивності. У результаті компанія не змогла максимально використовувати потенціал аналітичних можливостей, що призвело до упущених можливостей на ринку. Технології, які повинні були стати підґрунтям для зростання, стали причиною відставання.



Рис.2.10. Втрачені можливості ТОВ «Coral Travel» у сфері впровадження інноваційних технологій

Соціальні медіа, зокрема Facebook, стали важливим каналом для просування туристичних послуг. Однак перемінність впливу цієї платформи на рентабельність операційних витрат вказує на те, що «Coral Travel» не змогла знайти стабільну стратегію для використання соціальних мереж у своїх маркетингових кампаніях. Непередбачувані зміни в залученості користувачів, зміна алгоритмів Facebook та конкурентна боротьба за увагу споживачів

призвели до коливань у рентабельності, що ускладнило планування бюджету та ресурсів.

Нестабільність результатів від Instagram також стала серйозним викликом. У той час як Instagram є потужним інструментом для візуального просування туристичних послуг, відсутність чіткої стратегії та невміння адаптувати контент до потреб аудиторії призвели до недостатньої залученості та низьких показників конверсії. Відсутність мобільного додатку, який міг би інтегрувати послуги компанії з соціальними медіа, ще більше ускладнює ситуацію, адже користувачі очікують на простоту і зручність у доступі до інформації.

Коливання продажів через веб-сайт свідчать про необхідність оптимізації цієї платформи. Нестабільність у продажах може бути викликана різними факторами, включаючи дизайн веб-сайту, його функціональність і зручність використання. У сучасному світі, де швидкість і простота є ключовими, невміння адаптувати веб-сайт до змінюваних потреб споживачів може призвести до втрати клієнтів на користь конкурентів, які пропонують кращий онлайн-досвід.

Таким чином, проведене дослідження демонструє важливість інноваційних технологій у діяльності ТОВ «Coral Travel» та їх значний вплив на результати компанії. Використання Amadeus і Amadeus Business Intelligence продемонструвало позитивний ефект на рентабельність власного капіталу і рентабельність продажів через зниження витрат та покращення аналізу ринку. CRM-система Salesforce також сприяла стабільності послуг, що позитивно вплинуло на рентабельність послуг.

Однак, деякі інноваційні технології, такі як Facebook, Instagram, веб-сайт, показали нейтральний або негативний вплив на фінансові показники компанії. Це свідчить про проблеми у реалізації стратегій соціальних медіа та мобільних технологій, які потребують подальшого удосконалення. Вагомим упущенням є відсутність мобільного додатку, що функціонує в Україні.

Негативні результати у фінансових показниках, таких як рентабельність продажів і операційних витрат, вказують на потребу у більш ефективному впровадженні та використанні інноваційних технологій. Зокрема, необхідно зосередитися на оптимізації витрат на інновації та покращенні маркетингових стратегій, щоб забезпечити стійке зростання та підвищення конкурентоспроможності компанії на ринку туристичних послуг.

Загалом, дослідження підкреслює, що хоча інноваційні технології можуть забезпечити значні переваги, їх успіх у значній мірі залежить від правильної інтеграції та адаптації до специфічних умов і потреб компанії.

РОЗДІЛ 3.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТУРИСТИЧНИМ ОПЕРАТОРОМ «CORAL TRAVEL», М. КИЇВ

3.1. Нові інноваційні технології в діяльності міжнародного туристичного оператора

У сучасному туристичному бізнесі технології відіграють вирішальну роль у формуванні конкурентних переваг. Міжнародний туристичний оператор ТОВ «Coral Travel» розуміє важливість впровадження нових інноваційних технологій, що базуються на результатах ідентифікації потреб клієнтів та ринкових тенденцій. Зміни в поведінці споживачів, зростання попиту на персоналізовані послуги та швидкий розвиток цифрових платформ вимагають від компанії адаптації своїх стратегій та сервісів.

Одним із ключових напрямків інновацій є розвиток аналітики даних. Використання сучасних аналітичних інструментів дозволяє ТОВ «Coral Travel» отримувати цінні insights про поведінку клієнтів, їх уподобання та очікування. Це, в свою чергу, допомагає компанії створювати персоналізовані пропозиції, що відповідають індивідуальним потребам туристів. Наприклад, завдяки аналізу даних про попередні бронювання, «Coral Travel» може пропонувати спеціальні акції або тури, які максимально відповідають інтересам клієнтів.

Інноваційні технології дозволяють покращити досвід користувачів на веб-сайті та мобільних платформах. Зважаючи на зростання використання мобільних пристроїв для планування подорожей, важливо, щоб компанія розробила зручний і функціональний мобільний додаток. Він може включати функції, такі як інтерактивні карти, рекомендації по розвагах у місці призначення та можливість бронювання в один клік. Це не лише підвищить задоволеність клієнтів, а й забезпечить лояльність до бренду.

ТОВ «Coral Travel» активно використовує соціальні мережі для взаємодії з потенційними клієнтами. У сучасному світі соціальні медіа стали важливим інструментом для просування послуг і залучення нових туристів. Компанія може створювати контент, що відображає актуальні тренди в туризмі, і заохочувати користувачів ділитися власними враженнями від подорожей. Це допомагає формувати позитивний імідж бренду та залучати нову аудиторію.

Окрім того, важливим аспектом інновацій є автоматизація процесів. Використання систем управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) дозволяє ефективно організовувати комунікацію з клієнтами, відстежувати їх запити та історію покупок. Це не лише підвищує якість обслуговування, але й оптимізує внутрішні процеси компанії.

На основі ідентифікації ринкових тенденцій можна зазначити, що зростає попит на екологічний та відповідальний туризм. У відповідь на ці тренди «Coral Travel» може впроваджувати інноваційні технології для просування екологічних турів, а також використовувати платформи для обміну інформацією про відповідальні практики в туризмі. Це не лише відповідатиме потребам клієнтів, а й сприятиме збереженню навколишнього середовища.

Отже, впровадження нових інноваційних технологій у діяльність міжнародного туристичного оператора «Coral Travel» є необхідним кроком для адаптації до змінюваного ринку. Зосередження на ідентифікації потреб клієнтів та ринкових тенденцій дозволяє компанії створювати конкурентоспроможні пропозиції, покращувати обслуговування та зміцнювати свої позиції на ринку. Впровадження таких технологій не лише підвищить ефективність діяльності «Coral Travel», але й забезпечить клієнтам незабутні враження від подорожей, формуючи довгострокову лояльність до бренду.

Зважаючи на виявлені втрачені можливості ТОВ «Coral Travel»,

компанія може впровадити ряд інноваційних технологій для покращення своєї діяльності та відновлення позицій на ринку, рис.3.1.

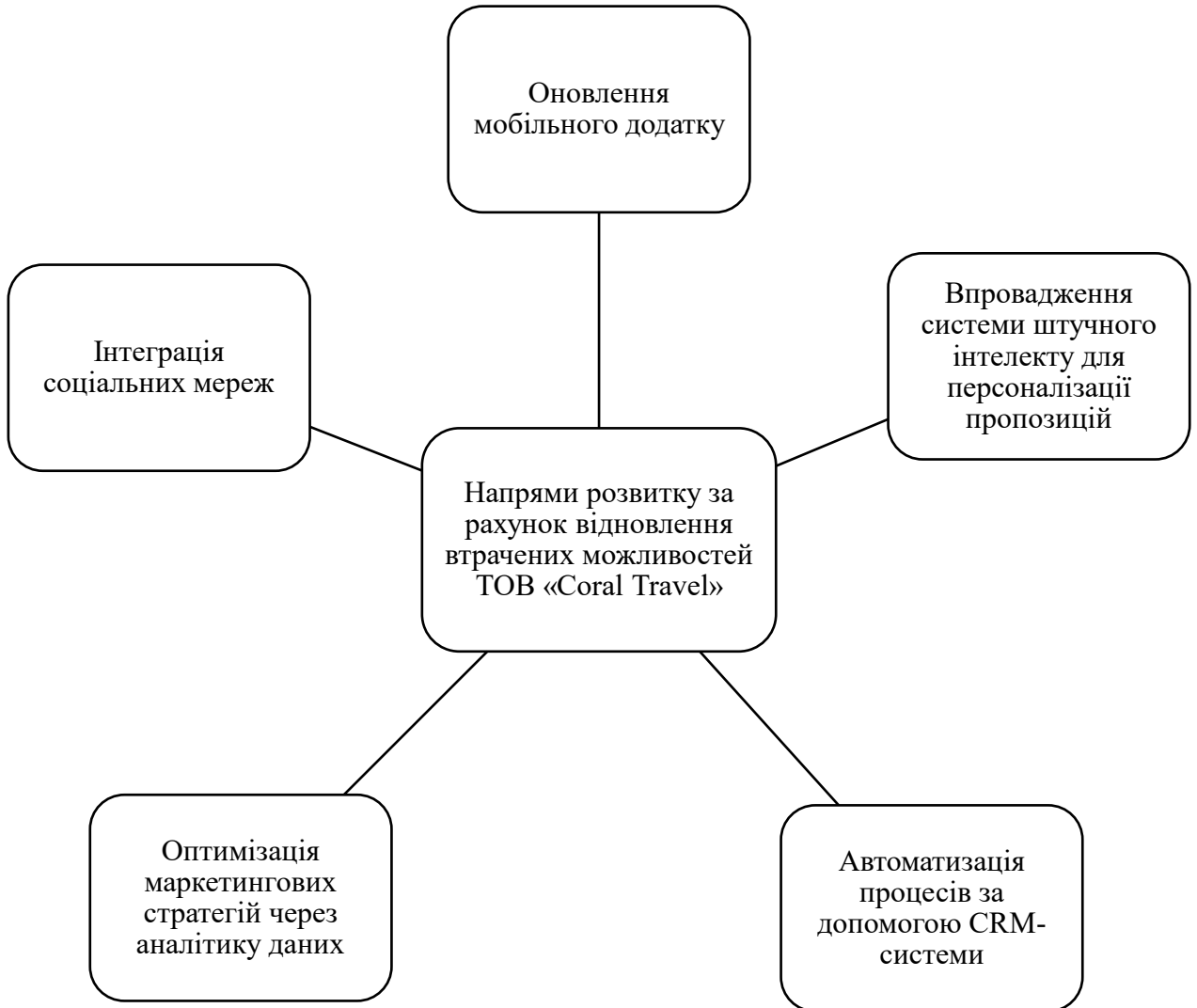


Рис.3.1. Напрями розвитку за рахунок відновлення втрачених можливостей ТОВ «Coral Travel»

Створення зручного мобільного додатку для бронювання турів, який забезпечить швидкий доступ до послуг компанії, можливість оформлення замовлень, а також надання персоналізованих рекомендацій на основі уподобань користувачів. Це підвищить зручність для клієнтів та залучить нових споживачів.

Використання алгоритмів машинного навчання для аналізу даних про клієнтів та їх поведінку. Це дозволить створити персоналізовані пропозиції,

враховуючи інтереси та вподобання кожного клієнта, що сприятиме підвищенню лояльності та повторних продажів.

Впровадження сучасної системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) дозволить автоматизувати обробку запитів, вдосконалити комунікацію з клієнтами та підвищити ефективність роботи команди. Це також дозволить зберігати дані про клієнтів для подальшого аналізу та роботи з ними.

Використання аналітичних платформ для збору і аналізу даних про ринкові тенденції та поведінку споживачів. Це допоможе визначити найбільш ефективні канали просування та скорегувати маркетингові кампанії для досягнення максимального охоплення цільової аудиторії.

Активне використання платформ соціальних медіа для залучення клієнтів. Розробка контенту, що відповідає інтересам цільової аудиторії, проведення конкурсів та акцій, що стимулюють взаємодію з брендом, дозволить підвищити впізнаваність компанії та залучити нових клієнтів.

Розробка та пропозиція екологічних турів та послуг, що підкреслюють соціальну відповідальність компанії. Використання інноваційних рішень, які зменшують вплив на навколишнє середовище, може стати конкурентною перевагою в умовах зростаючого попиту на відповідальний туризм.

Редизайн веб-сайту для включення інтерактивних елементів, таких як 3D-тури, віртуальні екскурсії, чи можливість перегляду відгуків та рейтингів у реальному часі. Це дозволить клієнтам краще ознайомитися з пропозиціями і зробити вибір на користь компанії.

Ці напрями розвитку, засновані на інноваційних технологіях, можуть допомогти ТОВ «Coral Travel» відновити втрачені можливості, підвищити конкурентоспроможність та забезпечити стабільне зростання на туристичному ринку. Інвестиції в технологічні рішення не тільки покращать обслуговування клієнтів, але й дозволять компанії стати більш адаптивною до змін у ринковому середовищі. На нашу думку, реалізувати наведені напрями розвитку можна комплексно за допомогою оновлення мобільного додатку для

українських споживачів ТОВ «Coral Travel». Новий додаток здатен стати ключовим інструментом для вирішення більшості завдань, оскільки об'єднає інноваційні технології та функції, що покращать обслуговування клієнтів, підвищать зручність використання послуг і допоможуть відновити втрачені можливості. Розглянемо далі аспекти реалізації напрямів інноваційного розвитку через мобільний додаток:

1. Персоналізовані пропозиції. Штучний інтелект у додатку може аналізувати уподобання та минулі замовлення користувачів, пропонуючи персоналізовані тури та послуги, що відповідатимуть потребам кожного клієнта. Відобразимо в табл.3.1 ключові аспекти даної інновації.

Отже, використання штучного інтелекту в мобільному додатку «Coral Travel» створює низку переваг як для користувачів, так і для самого оператора. Завдяки таким функціям, як персоналізація пропозицій, підтримка клієнтів через чат-боти, прогнозування цін і аналіз відгуків, підвищується якість обслуговування, відповідність послуг очікуванням клієнтів та операційна ефективність. ШІ також сприяє інтерактивності додатку, надаючи корисні пропозиції на основі місцезнаходження і миттєву інформацію про туристичні пам'ятки. Таким чином, впровадження ШІ в діяльність туристичного оператора підвищує його конкурентоспроможність на ринку, посилюючи лояльність клієнтів та покращуючи економічні показники.

2. Автоматизація обробки запитів через інтегровану CRM. Мобільний додаток може інтегруватися з CRM-системою, що дозволить обробляти запити швидше, підвищуючи якість обслуговування, зберігаючи при цьому інформацію для подальшого аналізу та маркетингу. Автоматизація обробки запитів клієнтів та партнерів через інтегровану CRM-систему у міжнародного туристичного оператора «Coral Travel» значно підвищує ефективність і якість роботи з клієнтами та партнерами. Така автоматизація складається з кількох ключових етапів, що забезпечують ефективну обробку інформації та покращення якості обслуговування, рис.3.2.

Таблиця 3.1. Особливості використання штучного інтелекту (ШІ) в мобільному додатку міжнародного туристичного оператора «Coral Travel»

Функціональність	Особливості використання ШІ	Переваги для користувача	Переваги для оператора
1	2	3	4
Персоналізація пропозицій	ШІ аналізує історію пошуку, уподобання користувача, минулі подорожі	Персоналізовані пропозиції турів, відповідні до потреб користувача	Підвищення шансів на продаж завдяки релевантним пропозиціям
Підтримка клієнтів (чат-бот)	Інтеграція чат-бота на основі ШІ для обробки запитань 24/7	Швидкі відповіді на запити без очікування	Зменшення навантаження на операторів підтримки
Прогнозування цін	ШІ аналізує дані ринку для прогнозування змін цін на тури	Можливість замовити тур за вигідною ціною	Оптимізація пропозицій і ціноутворення
Аналіз відгуків користувачів	ШІ обробляє відгуки з додатку та соцмереж для виявлення ключових проблем	Актуальні рекомендації, засновані на реальних відгуках	Оперативне реагування на негативні відгуки, поліпшення сервісу
Оцінка задоволеності клієнтів	Опитування і аналіз відповідей за допомогою ШІ	Отримання рекомендацій щодо поліпшення послуг	Підвищення рівня задоволеності клієнтів
Планування подорожей	Автоматичне складання маршрутів, враховуючи вподобання	Індивідуальні маршрути з урахуванням інтересів	Більша цінність послуг для користувача, лояльність клієнтів
Пропозиції на основі локації	ШІ враховує місцезнаходження для пропозицій (екскурсії, ресторани)	Релевантні пропозиції поруч із поточним місцезнаходженням	Підвищення продажів супутніх послуг (екскурсії, оренда)
Розпізнавання зображень для пам'яток	Розпізнавання фото пам'яток, зображень місць для туристів	Отримання миттєвої інформації про локацію чи пам'ятку	Підвищення інтересу до пропонованих турів і місць

Збір і сортування запитів: на цьому етапі CRM-система автоматично отримує запити від клієнтів та партнерів, що надходять з різних каналів, таких як електронна пошта, соціальні мережі, чат-боти та веб-форма на сайті.

Система сортує запити за категоріями, пріоритетом і джерелом, спрощуючи подальшу обробку.

CRM автоматично розподіляє запити між співробітниками відповідно до їхньої спеціалізації, робочого навантаження та пріоритетності запиту. Це дозволяє оперативно розпочати обробку запиту й уникнути перевантаження конкретних фахівців.

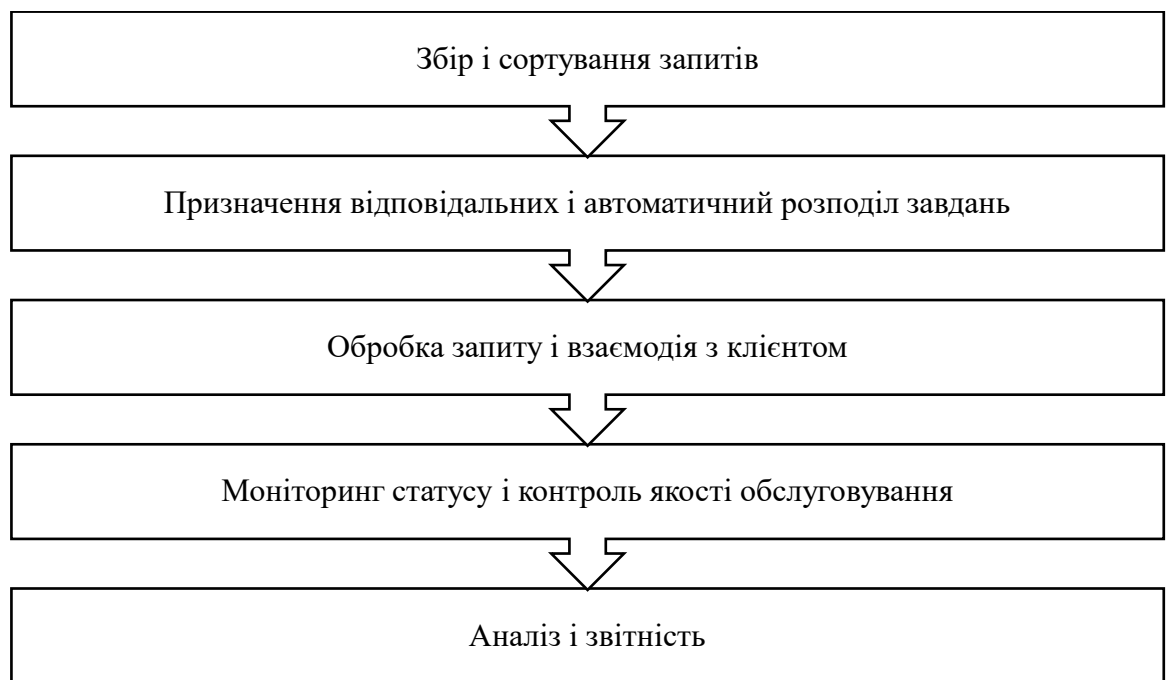


Рис.3.2. Етапи процесу автоматизації обробки запитів через інтегровану CRM.

Відповідальний співробітник обробляє запит, використовуючи попередньо підготовлені шаблони відповідей або персоналізовані відповіді. CRM дозволяє зберігати історію комунікацій з клієнтами, що дає змогу відстежувати інформацію про попередні звернення й краще розуміти потреби кожного клієнта.

CRM-система надає можливість відстежувати статус кожного запиту в режимі реального часу. Вона також автоматично повідомляє клієнта про стан запиту, наприклад, про його прийняття або завершення, і дозволяє контролювати якість обслуговування за допомогою опитувань клієнтів після

закриття запиту.

Завершальним етапом є аналіз накопичених даних і формування звітів про обробку запитів. CRM-система створює аналітичні звіти, що дозволяють оцінити ефективність роботи, кількість запитів, час обробки, рівень задоволеності клієнтів та інших показників. Це сприяє оптимізації процесів і вдосконаленню обслуговування в майбутньому.

Отже, автоматизація значно підвищує швидкість обробки запитів, якість взаємодії з клієнтами та партнерськими організаціями, сприяючи підвищенню рівня задоволеності та лояльності клієнтів «Coral Travel».

3. Аналіз поведінки клієнтів і ринкових тенденцій. Завдяки функціям аналітики, додаток може відстежувати поведінку користувачів, що дозволить компанії адаптувати свої стратегії та пропозиції, забезпечуючи конкурентну перевагу.

Для впровадження інноваційного аналізу поведінки клієнтів і ринкових тенденцій міжнародний туристичний оператор «Coral Travel» може використати штучний інтелект та аналітичні алгоритми у своєму мобільному додатку. Це дозволить оператору краще розуміти потреби клієнтів, оперативно адаптувати пропозиції та підвищити конкурентоздатність на ринку. Відобразимо в табл.3.2 особливості використання мобільного додатку з цією метою.

Отже, використання мобільного додатку з функцією аналізу поведінки клієнтів і ринкових тенденцій надає «Coral Travel» значні переваги для адаптації пропозицій відповідно до запитів користувачів, оптимізації цінової політики та підвищення конкурентоздатності. Ця інновація дозволяє покращити взаємодію з клієнтами, прогнозувати ринковий попит і ефективно керувати ресурсами компанії.

4. Інтеграція з соціальними мережами. Додаток може пропонувати зручну інтеграцію з платформами Facebook та Instagram, щоб користувачі могли легко ділитися своїм досвідом, отримувати актуальні пропозиції та переглядати відгуки інших туристів.

Таблиця 3.2. Особливості використання мобільного додатку для аналізу поведінки клієнтів і ринкових тенденцій міжнародного туристичного оператора «Coral Travel»

Функціональність	Особливості використання аналізу поведінки клієнтів	Переваги для клієнтів	Переваги для оператора
Персоналізовані рекомендації	Алгоритми ШІ аналізують уподобання клієнтів на основі їхньої поведінки, попередніх запитів та історії подорожей	Пропозиції турів, які найбільше відповідають інтересам і бюджету клієнта	Підвищення шансів на продаж завдяки більш релевантним пропозиціям
Відстеження ринкових тенденцій	ШІ аналізує ринкові дані, конкурентні ціни та популярність напрямків у реальному часі	Отримання актуальних пропозицій за вигідними цінами	Оперативне коригування цінової політики відповідно до ринку
Автоматичне планування подорожей	Алгоритми аналізують попередні замовлення клієнтів для створення зручного маршруту відповідно до їхніх вподобань	Клієнти отримують детальні та оптимальні маршрути з рекомендаціями щодо транспорту та готелів	Скорочення часу на створення індивідуальних маршрутів та підвищення якості обслуговування
Сегментація клієнтів	Мобільний додаток сегментує клієнтів за демографічними даними, частотою подорожей і інтересами	Інформація про додаткові пропозиції, що можуть бути цікавими	Легкість у таргетуванні маркетингових кампаній на конкретні сегменти
Аналіз відгуків і зворотного зв'язку	Система обробляє відгуки клієнтів для виявлення слабких місць і популярних послуг	Клієнти отримують удосконалені послуги, що відповідають їхнім потребам	Оперативне реагування на потреби клієнтів, підвищення задоволеності
Прогнозування сезонного попиту	ШІ аналізує поведінку клієнтів та популярність напрямків для прогнозування пікових періодів	Краща доступність турів під час планування відпусток	Оптимізація ресурсів і розширення пропозиції на популярні напрямки

Інтеграція мобільного додатку міжнародного туристичного оператора «Coral Travel» з соціальними мережами, такими як Facebook та Instagram, є

перспективним напрямом, що може значно підвищити ефективність маркетингових стратегій та залучити нових клієнтів. Оскільки соціальні мережі відіграють ключову роль у прийнятті рішень, інтеграція додатку з цими платформами створює кілька значних можливостей:

1. Поширення користувацького контенту: Завдяки інтеграції з Facebook та Instagram, користувачі зможуть легко ділитися фотографіями, відео та відгуками про свої подорожі, що підвищить видимість бренду та посприє створенню позитивного іміджу «Coral Travel» у соцмережах.

2. Персоналізовані пропозиції на основі соціальних даних: Використання даних із соціальних мереж дозволить додатку визначати інтереси та вподобання клієнтів, а отже, створювати персоналізовані пропозиції турів та інших послуг, які відповідають їхнім уподобанням.

3. Розширення функціоналу оглядів і рекомендацій: Через соціальні мережі користувачі можуть переглядати відгуки інших клієнтів, що підвищить довіру до пропозицій та допоможе клієнтам швидше прийняти рішення. Це також сприятиме покращенню загального рівня сервісу.

4. Актуалізація маркетингових кампаній: Інтеграція дозволяє «Coral Travel» запускати таргетовані рекламні кампанії, орієнтовані на активних користувачів соціальних мереж, залучати їх до взаємодії з брендом та отримувати миттєвий відгук.

5. Залучення нової аудиторії: Оскільки молодше покоління все частіше обирає туристичні послуги через рекомендації в соціальних мережах, інтеграція з Facebook та Instagram розширить охоплення цільової аудиторії й допоможе компанії вийти на нові ринки.

Таким чином, інтеграція мобільного додатку «Coral Travel» із соціальними мережами створить зручний спосіб для користувачів взаємодіяти з брендом, підвищить клієнтську лояльність та сприятиме розширенню ринкових можливостей завдяки зростанню охоплення та персоналізованому підходу.

Отже, комплексний мобільний додаток для «Coral Travel» допоможе

інтегрувати ці напрями розвитку та зробити послуги доступнішими для українських споживачів, підвищуючи зручність та якість обслуговування. Розглянемо можливий функціонал подібної програми для ТОВ «Coral Travel» (слід звернути увагу, що практично будь-які додаткові функції можуть бути створені спеціально для потреб даного туристичного агентства).

Оновлений мобільний додаток туристичного оператора «Coral Travel» має низку корисних функцій, що покращують сервіс для клієнтів та оптимізують роботу агентства. Основні особливості функціонування включають:

1. Бронювання турів – користувачі можуть легко переглядати пропозиції і бронювати тури через додаток. Це зручно як для туристів, які можуть обрати бажану подорож у зручний час, так і для агентства, яке спрощує процес бронювання.

2. Продаж "гарячих турів" – найвигідніші пропозиції, включаючи гарячі тури, додаються до бази в кілька кліків та стають доступними для всіх клієнтів додатка. Це дає змогу агентству оперативно повідомляти клієнтів про нові пропозиції.

3. Інформація про квитки, готелі та трансфери – всі дані, необхідні під час подорожі, зберігаються в одному місці. Це полегшує організацію подорожі для туристів, надаючи доступ до актуальної інформації про квитки, готелі та трансфери.

4. Сповіщення та нагадування – додаток дозволяє агентству швидко сповіщати клієнтів про зміни в поїзді, наприклад, зміни в часі трансферу чи вильоту, а також надає нагадування щодо важливих подій (наприклад, час виїзду до аеропорту).

5. Контактні дані агентства – усі контактні дані доступні в додатку, що полегшує комунікацію між туристом та агентством.

6. Карти та маршрути – клієнти мають доступ до карт міст та визначних місць, що дозволяє їм легко орієнтуватися на місці. Карти також можуть містити позначки гарячих пропозицій.

7. Інформація про країни та пам'ятки – в додатку є базова інформація про країни, міста та їхні визначні пам'ятки. Це дозволяє клієнтам отримати короткі відомості про місце подорожі без потреби в додаткових запитах до агентства.

8. "Туристичний маршрут у подарунок" – функція генерує рандомні маршрути для прогулянок по містах, що надає клієнтам можливість відкрити нові локації та отримати додатковий позитивний досвід.

Оновлений додаток «Coral Travel» сприяє покращенню обслуговування завдяки:

- зручності та доступності, що дозволяє клієнтам легко встановити додаток та користуватися його функціями;
- інформаційній розсилці, що дозволяє тримати клієнтів в курсі нових пропозицій та акцій;
- ефективній рекламі турів, що сприяє залученню нових клієнтів та просуванню послуг.

Загалом, новий додаток значно покращує досвід користувачів, роблячи його більш зручним та інформативним, що позитивно впливає на лояльність клієнтів та імідж агентства.

Підсумовуючи вищесказане, варто відзначити, що туристична галузь швидко розвивається, пропонуючи нові країни, міста, місця, маршрути та тури. Мобільність у цій сфері є ключовою, і ТОВ «Coral Travel» повинно завжди залишатися на зв'язку зі своїми клієнтами через мобільний додаток. Основні напрямки, що потребують уваги:

- автоматичне та просте оновлення програми,
- підтримка різних мов, налаштування дати та часу,
- зручність використання: привабливий дизайн, легка навігація, економне споживання енергії,
- оптимізація продуктивності – мінімальний вплив на пам'ять і систему,
- стрес-тестування: перевірка стабільності програми при хаотичному натисканні кнопок, від'єднанні від мережі або різкому вимкненні,

- підтримка всіх пристроїв і платформ, щоб додаток коректно працював на різних розмірах екранів і операційних системах,
- фінальні перевірки – лабораторні та сертифікаційні тести для імітації реальних умов використання й підтвердження готовності додатка.

Етапи оновлення мобільного додатка для ТОВ «Coral Travel» наступні, рис.3.3.

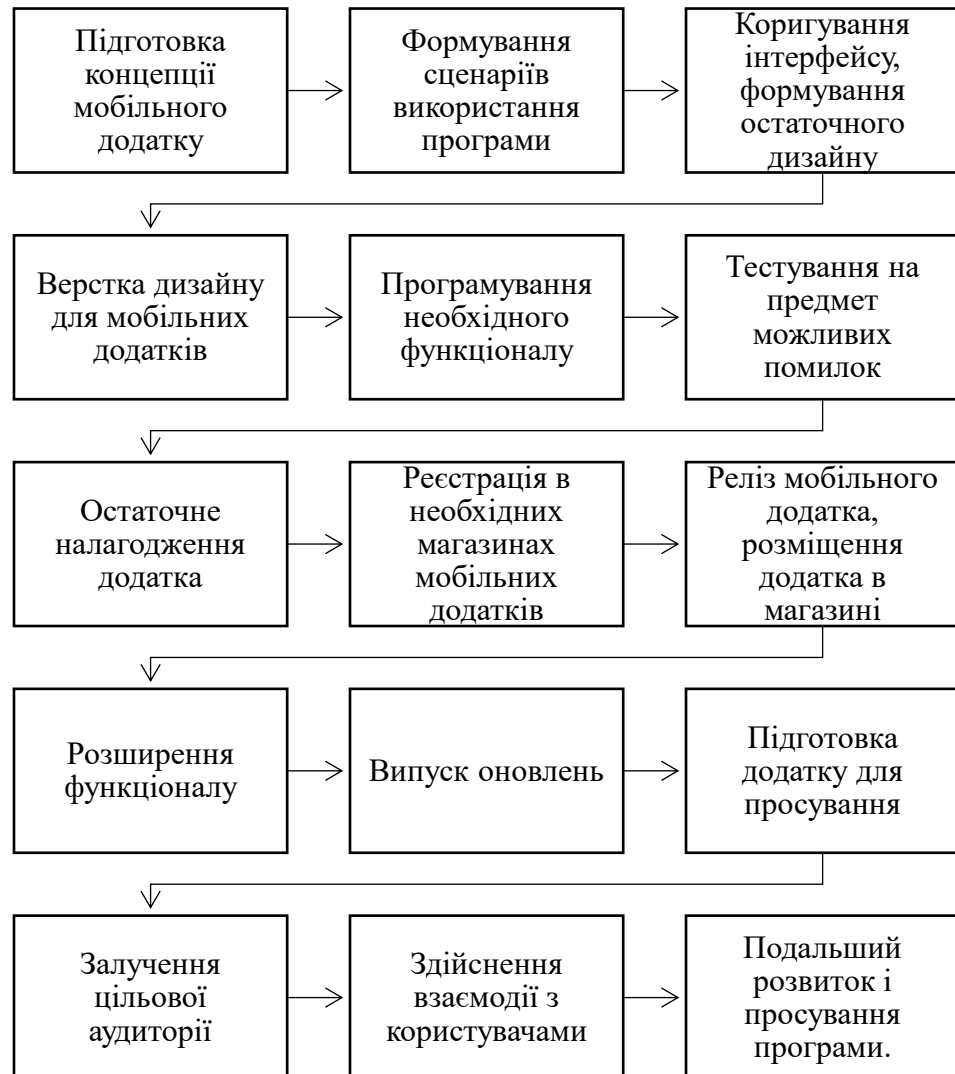


Рис.3.3. Етапи оновлення мобільного додатка для ТОВ «Coral Travel»

Таким чином, мобільні програми для туристів є ефективним інструментом, який допомагає просувати бізнес-послуги. Воно приносить велику користь для клієнтів і є цінним, тому затребуваним. Впровадження програми для туристів у діяльність компанії ТОВ «Coral Travel» допоможе

залучити більше клієнтів, покращити взаємини з ними, підвищити впізнаваність бренду та розширити можливості компанії. Звичайно, щоб отримати якісний продукт – мобільний додаток – недостатньо просто ідеї. Важливо зробити його зручним, швидким, без небезпечним, зрозумілим та стабільно працюючим. Особливо це стосується додатків, що взаємодіють з інтернетом. Для контролю перед випуском нового додатка проводяться тестування всіх систем.

У результаті проведеного дослідження нових інноваційних технологій в діяльності міжнародного туристичного оператора ТОВ «Coral Travel» було виявлено значний потенціал для покращення ефективності роботи компанії шляхом впровадження сучасних технологічних рішень. Зокрема, аналіз ринкових тенденцій та поведінки клієнтів вказує на необхідність адаптації послуг до швидко змінюваних умов ринку, що особливо важливо в умовах постійних викликів, зумовлених війною в Україні та змінами в споживчій поведінці.

Важливим етапом у цьому процесі є вдосконалення існуючого мобільного додатку. Його оновлення може включати інтеграцію з соціальними мережами, функції персоналізації пропозицій на основі поведінки користувачів, реалізацію аналітики даних для прогнозування потреб клієнтів, а також автоматизацію обробки запитів і взаємодії з користувачами. Це дозволить не лише підвищити рівень задоволеності клієнтів, а й забезпечити компанії конкурентні переваги на ринку.

Отже, інвестиції в удосконалення мобільного додатку «Coral Travel» стануть ключовим фактором для відновлення і розширення можливостей компанії, що, в свою чергу, позитивно вплине на її фінансові результати та репутацію. Використання новітніх технологій допоможе не лише адаптуватися до поточних викликів, а й створити стійку платформу для подальшого розвитку в умовах постійної еволюції туристичного ринку.

3.2. Економічне обґрунтування запропонованих заходів

У сучасному туристичному бізнесі впровадження інноваційних технологій є критично важливим для забезпечення конкурентоспроможності та задоволення потреб споживачів. Мобільний додаток «Coral Travel» має значний потенціал для підвищення ефективності бізнес-процесів і покращення користувацького досвіду. У цьому контексті економічне обґрунтування заходів удосконалення додатку є необхідним кроком для оцінки їхньої доцільності та впливу на фінансові результати компанії. Вдосконалення функціоналу, впровадження нових можливостей та інтеграція з соціальними мережами можуть значно підвищити залученість клієнтів. Дослідження економічних вигод від цих заходів дозволить обґрунтувати інвестиції в розробку та реалізацію нових рішень. Етапи оновлення мобільного додатка, тривалість виконання робіт та витрати наведено в табл. 3.3.

Таблиця 3.3. Етапи оновлення існуючого мобільного додатку для міжнародного туристичного оператора ТОВ «Coral Travel»

Етап	Тривалість	Вартість, грн.
Аналіз вимог	2 тижні	15000
Проектування нових функцій	3 тижні	35000
Розробка оновленого інтерфейсу	4 тижні	45000
Програмування нових функцій	6 тижнів	50000
Тестування та налагодження	2 тижні	20000
Запуск оновленого додатку	1 тиждень	10000
Маркетинг і просування	4 тижні	15000
Додаткові витрати		10000
Разом		200000
Річні витрати на технічну підтримку		50000
Витрати на просування		30000
Всього		280000

Інвестиційні (одноразові) витрати становлять 200 тис. грн, витрати на рік – 80 тис.грн, відобразимо на рис.3.4 графік реалізації проекту.

У діаграмі Ганта, що відображає реалізацію проекту оновлення

мобільного додатку ТОВ «Coral Travel», чітко видно етапи проекту, їх тривалість та послідовність виконання. Проект стартує 1 січня 2026 року з аналізу вимог, що займає 13 днів. Далі слідують етапи проектування нових функцій, розробки оновленого інтерфейсу та програмування, які тривають 20, 27 та 41 день відповідно. Після завершення програмування відбувається тестування та налагодження, що займає 13 днів. Запуск оновленого додатку заплановано на початок травня, після чого розпочнеться етап маркетингу та просування, який триватиме до 3 червня 2026 року.

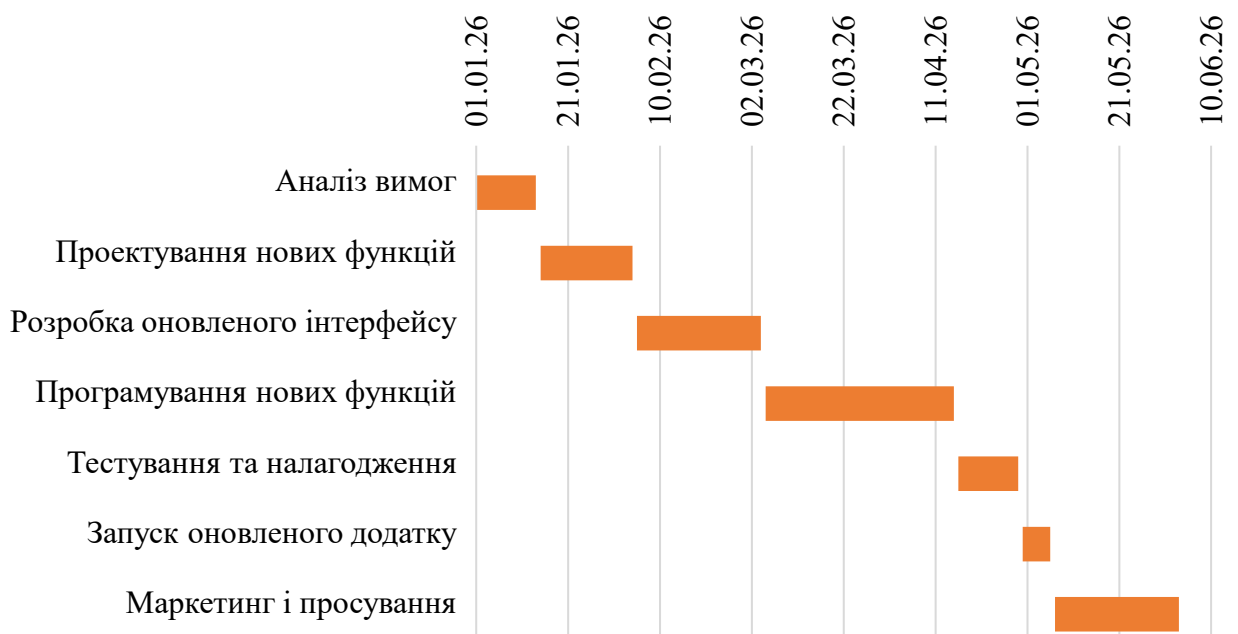


Рис. 3.4. Графік Ганта реалізації проекту оновлення існуючого мобільного додатку для міжнародного туристичного оператора ТОВ «Coral Travel»

Таким чином, проект має чітко визначену структуру та часові рамки, що сприятиме ефективному управлінню процесом оновлення.

Для проведення розрахунку економічної ефективності проекту створення мобільного додатку для ТОВ «Coral Travel», розглянемо ключові компоненти, включаючи витрати на реалізацію проекту, прогноз продажів та доходи від реалізації.

Формування ціни на оновлений мобільний додаток відбувається методом порівняння ринкових пропозицій, табл.3.4.

Таблиця 3.4. Порівняння цін на мобільні додатки туристичних операторів

Назва додатку	Ціна (грн)	Функціональні можливості	Платформа
Джоїн Ап	150	Бронювання турів, інформація про маршрути, карти, підтримка клієнтів	iOS, Android
Travel App Pro	200	Бронювання, порівняння цін, інформація про готелі, інтерактивні карти	iOS, Android
Trip Planner	180	Планування подорожей, рекомендації, інтеграція з соціальними мережами	iOS, Android
Wanderlust	250	Повний спектр послуг, включаючи бронювання, інформація про погоду, туристичні путівники	iOS, Android
Easy Travel	120	Основні функції бронювання, безкоштовні маршрути, знижки для користувачів	iOS, Android

Отже, вартість мобільного додатку становить 150 грн (без урахування витрат на розміщення та продаж). Вартість мобільного додатку в 150 грн обґрунтована конкурентоспроможністю на ринку, де подібні туристичні додатки коштують від 100 до 300 грн. Ця ціна враховує витрати на розробку, технічну підтримку та маркетинг, що дозволяє компанії покривати витрати та отримувати прибуток. Цільова аудиторія готова платити таку ціну за зручність і функціональність, які надає додаток. Безкоштовне використання для постійних клієнтів також може залучити нових користувачів, підвищуючи популярність продукту. Отже, ціна в 150 грн є адекватною для забезпечення фінансової ефективності проекту.

Витрати на розміщення:

AppStore: близько 3000 грн на рік.

Google Play: близько 3000 грн на рік.

Загальні витрати на розміщення: $3000+3000=6000$ грн

Загальні витрати на 5 років становлять: $200000+5*(50000+30000+6000)$
 $=286000$

Чиста вартість програми: $150-(6000/1000)=150-6=144$ грн

Планується продати 1000 додатків у перший рік. Щорічне зростання продажів: 10%. Прогноз продажів на 5 років відображено в табл.3.5.

Таблиця 3.5. Прогноз продажів на 5 років

Рік	Продажі (шт)	Виручка (грн)
1	1000	14400
2	1100	158400
3	1210	174240
4	1331	191664
5	1464	210829
Загальна виручка		878133

Проведемо розрахунок прибутку від реалізації, за 5 років:

$$\text{Чистий прибуток} = 878133 - 286000 = 592133 \text{ грн}$$

Термін окупності проекту становить: $200000 / 592133 = 0,338$ або майже 5 місяців.

Проект мобільного додатку для ТОВ «Coral Travel» показує високу економічну ефективність. Загальні витрати на реалізацію за 5 років склали 286,000 грн, тоді як прогнозована виручка за цей період становить 878,133 грн. Чиста вартість програми, після врахування щорічних витрат, складає 144 грн за одиницю. Прогноз продажів з щорічним зростанням на 10% свідчить про стабільний попит, а загальний прибуток за 5 років складе 592,133 грн. Термін окупності проекту складає лише 0,338 року, що підтверджує його рентабельність, адже інвестиції окупляться за менш ніж 5 місяців.

Рекламна кампанія для просування оновленого мобільного додатку ТОВ «Coral Travel» має на меті підвищення впізнаваності бренду, стимулювання встановлень додатку та залучення нових користувачів, зважаючи на обмежений бюджет у 30 тис. грн на рік. Основна стратегія передбачає використання цифрових каналів комунікації, які є економічно вигідними, дозволяють точно визначити цільову аудиторію та отримати вимірювані результати. Відобразимо бюджет рекламної кампанії в табл.3.6.

Таблиця 3.6. Бюджет рекламної кампанії для просування оновленого мобільного додатку

Інструмент комунікаційної стратегії	Носій	Вартість, грн
Реклама у соціальних мережах	Facebook, Instagram	12000
Контекстна реклама	Google Ads	8000
Співпраця з блогерами	Огляди у блогах про подорожі	5000
Конкурси та розіграші	Соціальні мережі (Facebook, Instagram)	5000
Загальна сума		30000

Перший напрямок кампанії включає рекламні оголошення у соціальних мережах (Facebook, Instagram) з фокусом на візуальний контент, що демонструє зручність використання додатку та доступність у будь-який час і місці. Виділивши на цю платформу близько 12 тис. грн на рік, можна досягти цільової аудиторії та стимулювати встановлення додатку, проводячи промоакції та публікуючи відгуки користувачів.

Другим компонентом буде контекстна реклама в Google Ads з бюджетом 8 тис. грн на рік. Це допоможе досягти потенційних користувачів через пошукові запити на туристичну тематику, що дозволить додатку з'являтися у результатах пошуку, коли користувачі шукають туристичні послуги.

Третій напрямок – це робота з блогерами середньої популярності, які спеціалізуються на подорожах та мобільних технологіях. На цю частину можна спрямувати 5 тис. грн, забезпечивши огляд та рекомендації мобільного додатку. Залучення таких лідерів думок сприятиме підвищенню довіри та розширенню охоплення.

Залишок бюджету (5 тис. грн) буде спрямовано на проведення невеликих конкурсів та розіграшів у соціальних мережах, стимулюючи існуючих користувачів до залучення нових.

Таким чином, рекламна кампанія для просування оновленого мобільного додатку з бюджетом 30 тис. грн є добре збалансованою та здатною

забезпечити стабільне зростання впізнаваності та продажів, навіть з обмеженими ресурсами.

Отже, реалізація проекту оновлення мобільного додатку для міжнародного туристичного оператора ТОВ «Coral Travel» є економічно доцільною. Загальні витрати на його створення та підтримку становлять 286,000 грн, тоді як прогнозована виручка протягом п'яти років досягає 878,133 грн, що забезпечує значний чистий прибуток у 592,133 грн. Термін окупності проекту лише 0,338 року (приблизно 5 місяців) демонструє швидке повернення інвестицій, що підтверджує високий рівень рентабельності. Рекламна кампанія, орієнтована на цифрові канали, дозволяє оптимально використовувати бюджет у 30 тис. грн на рік, забезпечуючи ефективне охоплення цільової аудиторії та стимулюючи продажі додатку.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило вирішити усі поставлені завдання та досягнути головної мети яка полягала у розробленні та обґрунтуванні методичних і практичних засад застосування інноваційних технологій міжнародним туристичним оператором. Проведене дослідження дозволяє сформулювати такі висновки:

1. Сутність поняття «інноваційні технології» в туристичній діяльності полягає в інтеграції нових технологічних, управлінських, маркетингових та екологічних рішень, які сприяють підвищенню якості туристичних послуг, ефективності бізнес-процесів, та задоволенню зростаючих потреб туристів. Інноваційні технології дозволяють створювати нові продукти та вдосконалювати наявні, тим самим покращуючи конкурентоспроможність туристичних дестинацій та підприємств. Підходи до класифікації інноваційних технологій у туризмі включають їх розподіл на технологічні, продуктові, управлінські, маркетингові та екологічні інновації. Такий підхід дозволяє охопити всі аспекти впровадження нововведень, враховуючи як технічні досягнення, так і соціально-економічний вплив. Ця класифікація може бути доповнена новими категоріями, такими як соціальні та фінансові інновації, що ще більше розширюють можливості для розвитку туристичної галузі. Що формує потребу в дослідженні особливостей застосування інноваційних технологій в туризмі.

2. Туризм є однією з найдинамічніших сфер, де інноваційні технології розвиваються особливо швидко. Специфіка туристичного бізнесу вимагає використання технологічних рішень, які дозволяють створювати унікальний клієнтський досвід, адаптуватися до змін попиту та враховувати особливості різних туристичних напрямків. Інноваційні технології відкривають нові можливості для розвитку туризму, роблячи його більш доступним, зручним та екологічно відповідальним.

3. Методичні підходи до застосування інноваційних технологій

міжнародним туристичним оператором охоплюють комплексну оцінку ефективності через різноманітні методи та інструменти. Кількісні методи, такі як фінансові показники, операційні метрики і аналіз даних, дозволяють оцінити економічну та операційну ефективність, а також вплив на маркетинг і задоволеність клієнтів. Якісні методи, зокрема опитування, фокус-групи і спостереження, допомагають визначити рівень задоволеності клієнтів та ефективність роботи персоналу. Комплексні методи, такі як Balanced Scorecard і benchmarking, надають всебічний аналіз загальної ефективності і конкурентоспроможності.

4. ТОВ «Coral Travel» є одним із провідних міжнародних туристичних операторів в Україні, заснованим у 2008 році. Компанія пропонує широкий спектр туристичних послуг, охоплюючи 29 країн, з акцентом на високий рівень обслуговування та контроль якості на всіх етапах роботи. Вона вирізняється впровадженням інноваційних технологій і підтриманням стабільно високих стандартів у туристичній індустрії. Завдяки своїм концепціям сімейного та преміумвідпочинку, Coral Travel забезпечує унікальний досвід для клієнтів, задовольняючи різні потреби споживачів.

Діяльність міжнародного туристичного оператора ТОВ «Coral Travel» у 2021-2023 роках характеризується суттєвим погіршенням фінансових показників. Чистий дохід від реалізації продукції зменшився на 91,40%, що свідчить про різке зниження обсягів продажів та активності на ринку. Валовий прибуток також зазнав значного скорочення, що свідчить про зниження рентабельності компанії. Збитки від операційної діяльності зросли, що призвело до суттєвого збільшення негативного фінансового результату. Це, у свою чергу, сприяло подальшому поглибленню негативного власного капіталу, що вказує на фінансову нестабільність компанії та підвищену залежність від зовнішнього фінансування. Загалом, результати діяльності ТОВ «Coral Travel» за аналізований період демонструють критичну потребу в перегляді стратегії управління та фінансових підходів для відновлення стабільності та рентабельності.

5. ТОВ «Coral Travel» демонструє значний рівень впровадження інноваційних технологій у своїй діяльності. Проведена оцінка застосування інноваційних технологій у діяльності ТОВ «Coral Travel» демонструє значну роль сучасних рішень у підвищенні ефективності бізнес-процесів. Інформаційні технології, такі як Amadeus, Amadeus Business Intelligence, та CRM-система Salesforce, є ключовими інструментами для глибокого аналізу ринку, автоматизації взаємодії з клієнтами та оптимізації продажів. Незважаючи на високу вартість впровадження і підтримки цих систем, їх використання забезпечує компанії значну конкурентну перевагу.

Соціальні медіа, як Facebook та Instagram, є важливими для розширення аудиторії та підвищення впізнаваності бренду. Водночас їх ефективність може залежати від зовнішніх факторів, таких як зміни алгоритмів платформ.

Мобільні технології, зокрема веб-сайт та мобільний додаток, надають зручність для користувачів і доступність послуг 24/7, що значно покращує клієнтський досвід. Однак, підтримка цих технологій вимагає постійних оновлень та забезпечення безпеки.

Загалом, використання інноваційних технологій дозволяє ТОВ «Coral Travel» ефективно конкурувати на міжнародному ринку, проте потребує постійного інвестування в технічну підтримку та розвиток персоналу.

6. Проведене дослідження демонструє важливість інноваційних технологій у діяльності ТОВ «Coral Travel» та їх значний вплив на результати компанії. Використання Amadeus і Amadeus Business Intelligence продемонструвало позитивний ефект на рентабельність власного капіталу і рентабельність продажів через зниження витрат та покращення аналізу ринку. CRM-система Salesforce також сприяла стабільності послуг, що позитивно вплинуло на рентабельність послуг.

Однак, деякі інноваційні технології, такі як Facebook, Instagram, веб-сайт, показали нейтральний або негативний вплив на фінансові показники компанії. Це свідчить про проблеми у реалізації стратегій соціальних медіа та мобільних технологій, які потребують подальшого удосконалення. Вагомим

упущенням є відсутність мобільного додатку, що функціонує в Україні.

Негативні результати у фінансових показниках, таких як рентабельність продажів і операційних витрат, вказують на потребу у більш ефективному впровадженні та використанні інноваційних технологій. Зокрема, необхідно зосередитися на оптимізації витрат на інновації та покращенні маркетингових стратегій, щоб забезпечити стійке зростання та підвищення конкурентоспроможності компанії на ринку туристичних послуг.

Загалом, дослідження підкреслює, що хоча інноваційні технології можуть забезпечити значні переваги, їх успіх у значній мірі залежить від правильної інтеграції та адаптації до специфічних умов і потреб компанії.

7. У результаті проведеного дослідження нових інноваційних технологій в діяльності міжнародного туристичного оператора ТОВ «Coral Travel» було виявлено значний потенціал для покращення ефективності роботи компанії шляхом впровадження сучасних технологічних рішень. Зокрема, аналіз ринкових тенденцій та поведінки клієнтів вказує на необхідність адаптації послуг до швидко змінюваних умов ринку, що особливо важливо в умовах постійних викликів, зумовлених війною в Україні та змінами в споживчій поведінці.

Важливим етапом у цьому процесі є вдосконалення існуючого мобільного додатку. Його оновлення може включати інтеграцію з соціальними мережами, функції персоналізації пропозицій на основі поведінки користувачів, реалізацію аналітики даних для прогнозування потреб клієнтів, а також автоматизацію обробки запитів і взаємодії з користувачами. Це дозволить не лише підвищити рівень задоволеності клієнтів, а й забезпечити компанії конкурентні переваги на ринку.

Отже, інвестиції в удосконалення мобільного додатку «Coral Travel» стануть ключовим фактором для відновлення і розширення можливостей компанії, що, в свою чергу, позитивно вплине на її фінансові результати та репутацію. Використання новітніх технологій допоможе не лише адаптуватися до поточних викликів, а й створити стійку платформу для

подальшого розвитку в умовах постійної еволюції туристичного ринку.

8. Реалізація проекту оновлення мобільного додатку для міжнародного туристичного оператора ТОВ «Coral Travel» є економічно доцільною. Загальні витрати на його створення та підтримку становлять 286,000 грн, тоді як прогнозована виручка протягом п'яти років досягає 878,133 грн, що забезпечує значний чистий прибуток у 592,133 грн. Термін окупності проекту лише 0,338 року (приблизно 5 місяців) демонструє швидке повернення інвестицій, що підтверджує високий рівень рентабельності. Рекламна кампанія, орієнтована на цифрові канали, дозволяє оптимально використовувати бюджет у 30 тис. грн на рік, забезпечуючи ефективне охоплення цільової аудиторії та стимулюючи продажі додатку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 № 40-IV
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> (Дата звернення: 01.08.2024)
2. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР URL:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95> (Дата звернення: 21.08.2024)
3. Адамовська М., Зубко Т. Туризм в епоху digital-комунікацій. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія “Туризм”. 2021. Вип. 4 (1). С. 30–39.
4. Барвінок Н. Вплив глобальних безпекових факторів на розвиток міжнародного туризму в Україні. *Věda a perspektivy*. 2022. № 4 (11). С. 139–151. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/vp/article/view/1423/1420> (дата звернення: 09.02.2024).
5. Басюк Д.І., Срібна С.В., Примак Т.Ю. Досвід країн Європейського Союзу щодо розвитку смарт-дестинацій. *Ефективна економіка*. 2019. № 1. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6823> (дата звернення: 09.02.2024).
6. Білозубенко В.С., Разінькова М.Ю., Небаба Н.О., Ярчук О.М. Комунікаційні та інформаційні технології в туризмі: теоретико-методичний аспект. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія “Економічні науки”. 2020. № 3 (147). С. 48–56.
7. Гаврилюк А.М. Соціогуманітарні засади публічно-приватного партнерства в сфері туризму в Україні. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2020. № 4. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=1639> (дата звернення: 08.02.2024).
8. Гаврилюк О.В. Пандемічна криза як каталізатор діджиталізації туристичної індустрії. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету*. Серія “Економічні науки”. 2021. Вип. 60. С. 22–29.

9. Гарбера О.Є. Територіальний брендинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності туристичної дестинації. Ефективна економіка. 2016. № 10. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2016_10_18 (дата звернення: 08.08.2024).
10. Грибова Д. В. Створення туристичного продукту та інноваційні види туризму //Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2021. №. 43. С. 33-37.
11. Дащук Ю.Є., Лепкий М.І. Досвід використання smart-технологій в управлінні туристичним продуктом міста. Приазовський економічний вісник. 2019. № 3 (14). С. 294–299.
12. Дем'янчук, О. Г., Єрко, І. В., Ващук, Л. М., & Савчук, С. І. (2022). Застосування інноваційних технологій в туристичній діяльності. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова, 2022. Випуск 8 (153). С.39-42.
13. Джинджоян В.В. Інноваційні технології в туризмі та гостинності: навч. посіб. / В.В. Джинджоян, Т.В.Тесленко, К.М. Горб. - К.: Видав. «Каравела», 2022. 340 с.
14. Долинська О., Шоробура І., Біницька О. Інновації в туризмі //Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: географія. 2023. Т. 55. №. 2. С. 58-64.
15. Дубова К. О. Щодо визначення поняття «інновація» //Інновації в суднобудуванні та океанотехніці: матеріали XIV Міжн. наук. техн. конф. Миколаїв. 2023. С. 615-617.
16. Єрмак С. О. Дослідження економічного змісту поняття «інновація» //Економіка. Фінанси. Право. 2017. Т. 1. №. 8. С. 42-47.
17. Жуковська О.А., Хома М.М. Економіко-математичне моделювання розвитку підприємства у сфері туризму. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2018. № 15. С. 593-601.
18. Журба І., Несторишен І., Матюх С. Ініціативи Всесвітньої туристичної організації щодо стимулювання інноваційних технологій в

туризмі //Інновації та технології в сфері послуг і харчування. 2022. №. 1 (5). С. 60-64.

19. Іванова Л.О., Вовчанська О.М. Маркетингові технології персоналізації в туризмі на основі штучного інтелекту. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2023. № 39. С. 23–29.

20. Ільницька-Гикавчук Г.Я. Роль цифрових платформ в зростанні туристичного бізнесу. Вісник Хмельницького національного університету. Серія “Економічні науки”. 2021. № 6. Т. 1. С. 232–234.

21. Кифяк В., Кифяк О. Діджиталізація процесів розвитку туристичних дестинацій у західноукраїнських прикордонних регіонах. Вісник Тернопільського національного економічного університету. 2020. Вип. 2. С. 162–173.

22. Кожухівська Р.Б., Непочатенко В.О. Digital-технології як основа розвитку туристичної діяльності в Україні. Економіка та держава. 2020. № 7. С. 93–98.

23. Колосовська І.І., Місик М.М. Публічне управління туристичними дестинаціями на регіональному рівні: інноваційні підходи. Ефективність державного управління. 2020. Вип. 1 (62): у 2 ч. Ч. 1. С. 139–149.

24. Коляденко С.В. Формування іміджу регіону в умовах розвитку туристичних кластерів. Економіка і організація управління. 2018. Вип. 3. С. 16–23. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eiou_2018_3_4 (дата звернення: 08.02.2024).

25. Конарівська О. Б., Пухович М. Ю. Сутність та значення інновацій в туризмі. Туризм: наука, освіта, практика. Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції з нагоди 50-ої річниці створення Рівненського відділу Українського географічного товариства у Національному університеті водного господарства та природокористування (м. Рівне, 24-25 квітня 2020 р.), 2020. С. 51-56.

26. Концепти інноваційного розвитку підприємництва : монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. В.В. Храпкіної ; Національний університет «Києво-

Могилянська академія». Київ : Інтерсервіс, 2018. 263 с

27. Корж Н.В., Онищук Н.В. Фактори інноваційного розвитку туристичних дестинацій. Економіка і організація управління. 2021. № 4 (44). С. 45–54.

28. Коркуна О. І., Никига О. В., Підвальна О. Г. Інноваційний розвиток як напрям функціонування регіональних туристичних систем //Інноваційна економіка. 2020. №. 3-4.

29. Котельбан С. В. Хронологічні та хорологічні підходи до визначення сутності поняття «інновація» //Інвестиції: практика та досвід. 2018. №. 9. С. 91-96.

30. Круковська О. В., Борковська В. В., Короленко О. Б. Прийняття управлінських рішень, моделі та методи в аналізі, та аудиті //Інвестиції: практика та досвід. 2021. №. 6. С. 10-16.

31. Круш Н. П. Методологічні підходи до сутності поняття інновація //Сучасні проблеми економіки і підприємництво. 2017. №. 19. С. 117-124.

32. Левицький А.О. Механізм публічного управління розвитком регіональної туристичної дестинації: дис. ... канд. наук з держ. упр.: 25.00.02. Одеса, 2016. 251 с.

33. Лисюк Т., Ройко Л., Білецький Ю. Цифрові інноваційні технології у сфері туризму України //Економіка та суспільство. 2023. №. 52. С.90-98.

34. Лисюк Т.В., Терещук О.С., Арендарчук А.А. Технологічні інновації у діяльності вітчизняних туристичних підприємств. Бізнес-навігатор. 2021. Вип. 1 (62). С. 76–81.

35. Мазаракі А., Бойко М., Босовська М. Трансформація туризму в Суспільстві 5.0. Вісник КНТЕУ. 2020. № 4. С. 33–54.

36. Миськів А. А., Фурсіна І. А. Ефективність діяльності туристичних підприємств України та шляхи її підвищення. Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова. 2017. Т. 22. Вип. 3 (56). С. 76-80.

37. Міщук І.П., Головата Р. Туристичні підприємства України в системі міжнародної туристичної діяльності. Індустрія туризму і гостинності

в Центральній та Східній Європі. 2021. № 1. С. 69–78.

38. Мозговий А.А., Себта А.А. Інформаційна система “сма́рт-дестинація” як засіб сталого розвитку туризму в містах. Географія та туризм. 2019. Вип. 53. С. 3–8.

39. Музиченко-Козловська О.В. Методика оцінювання туристичного брендингу дестинацій. Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. Серія “Логістика”. 2016. № 846. С. 120–125.

40. Нашкерська М. М. Особливості аналізу фінансового стану і результатів діяльності туристичного підприємства. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2018. Вип. 5. С. 169-173.

41. Нездоймінов С.Г., Александрочкіна П.О. Державно-приватне партнерство як вектор розвитку регіонального туризму. Економіка і суспільство. 2018. Вип. 18. С. 622–629.

42. Носирєв О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. Соціально-економічні проблеми і держава. 2022. Вип. 1 (26). С. 55–68.

43. Олійник О.І. Поняття «інновація» та «новація» в освітньо-науковому дискурсі //Педагогічна освіта: Теорія і практика. Психологія. Педагогіка. 2022. №. 37 (1). С. 88-93.

44. Опанащук Ю. Я., Колісниченко Т. О., Вергун А. М. Світові досягнення та інноваційні технології в сучасному туристичному та готельно-ресторанному бізнесі //Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. Серія: Економіка та менеджмент. 2021. С.57-66.

45. Офіційний сайт ТОВ «Coral Travel» URL: <https://www.coraltravel.ua/main/about/> (дата звернення: 23.08.2024).

46. Порохнявий А. В., Перетятко К. Інноваційні технології у туризмі. «Фізична культура в університетській освіті: інновації, досвід та перспективи розвитку в умовах сучасності»: збірник матеріалів. 2022. С. 341-346.

47. Ресурсне забезпечення об'єднаної територіальної громади та її маркетинг: навчальний посібник / Г.А. Борщ, В.М. Вакуленко, Н.М. Гринчук,

Ю.Ф. Дехтяренко, О.С. Ігнатенко, В.С. Куйбіда, А.Ф. Ткачук, В.В. Юзефович. Київ: Інститут Громадянського Суспільства, 2017. 107 с.

48. Рябєв А.А., Тонкошкур М.В., Кравцова С.В. Концепція “Smart City” та її вплив на сферу туризму в умовах цифрової економіки. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 35. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1098/1055> (дата звернення: 09.02.2024).

49. Сидорчук І. Сутність та зміст основних понять, що складають термінологічний апарат управління інноваційним розвитком підприємства / І. Сидорчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2023. № 1. С. 139-143.

50. Скрипченко І.Т. Інноваційні технології в туризмі: навч. посіб. / І.Т. Скрипченко. Дніпро: Журфонд, 2021. 137с.

51. Словник-довідник економіста та менеджера / кол. авт. ; ред. Н.І. Верхоглядова. Дніпро: ДДУВС, 2022. 156 с.

52. Стадник В. В., Григорук П. М., Хрущ Н. А. Управління підприємницькою діяльністю: тлумачний словник. 2021. С.490

53. Тимошенко Т.О. Кластерний підхід до розвитку туристичної галузі України як пріоритетний напрям державної політики підвищення конкурентоспроможності регіонів. Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. Серія “Державне управління”. 2017. № 2. С. 55–60.

54. Тимошенко Т.О. Концепція розумного управління туризмом в рамках виконання стратегій сталого розвитку територіальних громад. Публічне управління та регіональний розвиток. 2021. № 3. С. 771–796.

55. Туник О.М. Смарт-туризм: система взаємовідносин в дестинації. Міжнародний туристичний бізнес: збірник наукових статей / відп. ред. А.А. Мазаракі. Київ : КНТЕУ, 2017. С. 329–335.

56. Філіппова С.В. Інноваційні стратегії та інноваційні технології. Економічний журнал Одеського політехнічного університету. 2018. № 1(3). С.

49–61.

57. Хитра, О., Палюх, В. Особливості застосування інноваційних технологій у публічному управлінні туристичною дестинацією. *Mechanism of an Economic Regulation*, 2023. №1 (103), с. 30-40.

58. Царук В.В. Туризм в Україні в умовах воєнного стану проблеми відновлення та пошуку нових моделей управління. Таврійський науковий вісник. Серія “Публічне управління та адміністрування”. 2023. № 4. С. 15–24.

59. Чіков І. А. Теоретичні підходи до визначення сутності поняття «інновація» //Ефективна економіка. 2019. № 11. С.9-11.

60. Шаров С.В., Лубко Д.В., Зинов’єва О.Г. Використання інтелектуальних систем у туристичному бізнесі. Таврійський науковий вісник. Серія “Технічні науки”. 2022. Вип. 1. С. 69–75.

61. Шумпетер Й.А. Теорія економічного розвитку: Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / пер. з англ. В. Старка. Київ : Києво-Могилянська акад., 2011. 242 с.

62. Юхновська Ю. Формування концепції стратегічного управління розвитком потенціалу туристичної галузі в Україні та її регіонах. Галицький економічний вісник. 2019. Т. 57. № 2. С. 18–27.

63. Wang D., Li X.R., Li Y. China's “smart tourism destination” initiative: A taste of the service-dominant logic. *Journal of Destination Marketing & Management*. 2013. Vol. 2 (2), pp. 59–61.

64. Kooa Ch., Shinb S., Gretzel U., Hunterd W.C., Chung N. Conceptualization of Smart Tourism Destination Competitiveness. *Asia Pacific Journal of Information Systems*. 2016. Vol. 26. No. 4, pp. 367–384.

ДОДАТКИ

Додаток А

Витяг про реєстрацію ТОВ «Coral Travel»

ТОВ "КОРАЛ ТРЕВЕЛ"

Витяг з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань на 23.08.2024 13:00:34

Повна назва: ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "КОРАЛ ТРЕВЕЛ"

Код: 35649894

Реєстраційний номер: 10741020000028658

Дата реєстрації: 30.01.2008

Адреса: Україна, 01054, місто Київ, вулиця Бульварно-Кудрявська, будинок 24

Статус: зареєстровано

Керівник: Прокопенко Тетяна Петрівна

Представник: Прокопенко Тетяна Петрівна

Засновник: Прокопенко Тетяна Петрівна

Адреса: Україна, 03190, місто Київ, вул.Ружинська, будинок 31, квартира 112

Статутний внесок: 490 000 (49%)

Засновник: Козій Наталія Юріївна

Адреса: Україна, 04205, місто Київ, пр.Оболонський, будинок 14-Б, квартира 86

Статутний внесок: 390 000 (39%)

Засновник: Білай Олена Вікторівна

Адреса: Україна, 02094, місто Київ, вул.Черчилля Вінстона, будинок 18-А, квартира 23

Статутний внесок: 120 000 (12%)

Кінцевий бенефіціарний власник: Прокопенко Тетяна Петрівна

Адреса: Україна, 03190, місто Київ, вул.Ружинська, будинок 31, квартира 112

Кінцевий бенефіціарний власник: Козій Наталія Юріївна

Адреса: Україна, 04205, місто Київ, пр.Оболонський, будинок 14-Б, квартира 86

Статутний капітал: 1 000 000 грн

Види діяльності

Основний:

- 79.12 Діяльність туристичних операторів

Контактна інформація

Електронна пошта: info@coraltravel.ua

Телефон: 380444958280, 380444958280

Дані про взяття на облік

Органи статистики:

Назва: ДЕРЖАВНА СЛУЖБА СТАТИСТИКИ УКРАЇНИ

Дата: 31.01.2008

Ідентифікаційний код: 37507880

Додаток Б

Розподіл функціональних обов'язків між працівниками ТОВ

«Coral Travel»

Рівень	Посада	Кількість осіб	Основні обов'язки
Вищий керівний рівень	Директор	1	Загальне керівництво компанією, стратегічне планування, контроль за виконанням завдань і політики компанії.
Заступник директора	Заступник директора з фінансів	1	Управління фінансовими ресурсами, планування бюджету, контроль фінансових звітів і витрат.
Заступник директора	Заступник директора з маркетингу	1	Розробка і реалізація маркетингових стратегій, просування бренду, управління рекламними кампаніями.
Адміністративний рівень	Керівник відділу обслуговування клієнтів	2	Забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів, вирішення проблем і скарг, підтримка зворотного зв'язку.
Адміністративний рівень	Керівник відділу фінансів	2	Контроль за фінансовими операціями, ведення бухгалтерії, підготовка фінансових звітів.
Адміністративний рівень	Керівник відділу ІТ	2	Управління інформаційними технологіями компанії, підтримка та оновлення ІТ-інфраструктури, розробка і впровадження нових технологій.
Фахівці	Менеджер з туризму	4	Організація і управління турпродуктами, обробка заявок від клієнтів, координація з партнерами та постачальниками послуг.
Фахівці	Менеджер з продажу	3	Управління процесами продажу туристичних послуг, взаємодія з клієнтами, підвищення обсягів продажів.
Фахівці	Бухгалтер	4	Ведення бухгалтерського обліку, підготовка податкових декларацій, обробка фінансових транзакцій.
Фахівці	Маркетолог	3	Проведення маркетингових досліджень, розробка рекламних матеріалів, управління рекламними кампаніями.
Фахівці	Спеціаліст з відділу обслуговування клієнтів	6	Прийом дзвінків, обробка запитів клієнтів, надання консультацій і підтримка клієнтів.
Фахівці	Туристичний агент	11	Консультавання клієнтів, організація турів, продаж туристичних послуг, оформлення документів.
Підтримка	Адміністратор	4	Загальне адміністрування офісу, організація робочих процесів, обробка документів.
Підтримка	Клієнт-менеджер	3	Управління відносинами з клієнтами, забезпечення задоволення їхніх потреб, координація між клієнтами і компанією.
Всього		47	

Додаток В

Звітність про діяльність ТОВ «Coral Travel» за 2021-2023 роки

Дата звіту 24.02.2022
 Період 2021 рік, 12 міс
 Бухгалтер [Білай Олена Вікторівна](#)
 КАТОТТГ UA80000000001078669
 Кількість працівників 140

Баланс (Звіт про фінансовий стан) 2021 рік

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	782.00	419.00
первісна вартість	1001	3 749.00	3 292.00
накопичена амортизація	1002	2 967.00	2 873.00
Основні засоби	1010	7 245.00	5 661.00
первісна вартість	1011	23 037.00	24 650.00
знос	1012	15 792.00	18 989.00
Усього за розділом I	1095	8 027.00	6 080.00
II. Оборотні активи Запаси	1100	3 598.00	2 447.00
Виробничі запаси	1101	3 598.00	2 447.00
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 956.00	5 358.00
з бюджетом	1135	375.00	334.00
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	191 373.00	151 747.00
Гроші та їх еквіваленти	1165	33 097.00	14 516.00
Рахунки в банках	1167	33 097.00	14 516.00
Витрати майбутніх періодів	1170	30 228.00	82 306.00
Інші оборотні активи	1190	738.00	758.00
Усього за розділом II	1195	261 365.00	257 466.00
Баланс	1300	269 392.00	263 546.00

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1 000.00	1 000.00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-13 051.00	-11 179.00
Неоплачений капітал	1425	900.00	
Усього за розділом I	1495	-12 951.00	-10 179.00
Усього за розділом II	1595	0.00	0.00
товари, роботи, послуги	1615	682.00	1 141.00
розрахунками з бюджетом	1620	280.00	379.00
у тому числі з податку на прибуток	1621		2.00
розрахунками зі страхування	1625	332.00	460.00
розрахунками з оплати праці	1630	1 243.00	1 728.00
Інші поточні зобов'язання	1690	279 806.00	270 017.00
Усього за розділом III	1695	282 343.00	273 725.00
Баланс	1900	269 392.00	263 546.00

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	73 944.00	37 555.00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	1 379.00	1 161.00
Валовий: прибуток	2090	72 565.00	36 394.00
Інші операційні доходи	2120	43 199.00	149 908.00
Адміністративні витрати	2130	66 109.00	50 085.00
Витрати на збут	2150	26 237.00	24 940.00
Інші операційні витрати	2180	22 378.00	112 475.00
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	1 040.00	
збиток	2195		1 198.00
Інші фінансові доходи	2220	1 253.00	1 214.00
Інші витрати	2270	7.00	
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	2 286.00	16.00
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-414.00	-5.00
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	1 872.00	11.00

Сукупний дохід

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0.00	0.00
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0.00	0.00
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	1 872.00	11.00

Елементи операційних витрат

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Матеріальні затрати	2500	2 849.00	1 248.00
Витрати на оплату праці	2505	42 357.00	29 615.00
Відрахування на соціальні заходи	2510	10 321.00	7 264.00
Амортизація	2515	3 844.00	3 956.00
Інші операційні витрати	2520	44 060.00	123 335.00
Разом	2550	103 431.00	165 418.00

Дата звіту 22.02.2023
 Період 2022 рік, 12 міс
 Бухгалтер [Білай Олена Вікторівна](#)
 КАТОТТГ UA80000000001078669
 Кількість працівників 83

Баланс (Звіт про фінансовий стан) 2022 рік

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	419.00	350.00
первісна вартість	1001	3 292.00	3 460.00
накопичена амортизація	1002	2 873.00	3 110.00
Основні засоби	1010	5 661.00	3 662.00
первісна вартість	1011	24 650.00	24 101.00
знос	1012	18 989.00	20 439.00
Усього за розділом I	1095	6 080.00	4 012.00
II. Оборотні активи Запаси	1100	2 447.00	2 066.00
Виробничі запаси	1101	2 447.00	2 066.00
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	5 358.00	7 677.00
з бюджетом	1135	334.00	732.00
у тому числі з податку на прибуток	1136	0.00	1.00
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	151 747.00	156 924.00
Поточні фінансові інвестиції	1160	0.00	
Гроші та їх еквіваленти	1165	14 516.00	16 551.00
Готівка	1166	0.00	
Рахунки в банках	1167	14 516.00	16 551.00
Витрати майбутніх періодів	1170	82 306.00	164 107.00
Інші оборотні активи	1190	758.00	317.00
Усього за розділом II	1195	257 466.00	348 374.00
Баланс	1300	263 546.00	352 386.00

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1 000.00	1 000.00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-11 179.00	-13 383.00
Усього за розділом I	1495	-10 179.00	-12 383.00
товари, роботи, послуги	1615	1 141.00	50.00
розрахунками з бюджетом	1620	379.00	179.00
у тому числі з податку на прибуток	1621	2.00	
розрахунками зі страхування	1625	460.00	205.00
розрахунками з оплати праці	1630	1 728.00	770.00
Інші поточні зобов'язання	1690	270 017.00	363 565.00
Усього за розділом III	1695	273 725.00	364 769.00
Баланс	1900	263 546.00	352 386.00

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	5 216.00	73 944.00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	318.00	1 379.00
Валовий: прибуток	2090	4 898.00	72 565.00
Інші операційні доходи	2120	59 220.00	43 199.00
Адміністративні витрати	2130	37 559.00	66 109.00
Витрати на збут	2150	5 374.00	26 237.00
Інші операційні витрати	2180	23 770.00	22 378.00
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190		1 040.00
збиток	2195	2 585.00	
Інші фінансові доходи	2220	381.00	1 253.00
Інші витрати	2270		7.00
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290		2 286.00
збиток	2295	2 204.00	
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300		-414.00
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350		1 872.00
збиток	2355	2 204.00	

Сукупний дохід

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0.00	0.00
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-2 204.00	1 872.00

Елементи операційних витрат

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Матеріальні затрати	2500	483.00	2 849.00
Витрати на оплату праці	2505	24 697.00	42 357.00
Відрахування на соціальні заходи	2510	5 609.00	10 321.00
Амортизація	2515	2 377.00	3 844.00
Інші операційні витрати	2520	10 245.00	44 060.00
Разом	2550	43 411.00	103 431.00

Дата звіту 09.02.2024
 Період 2023 рік, 12 міс
 Бухгалтер [Білай Олена Вікторівна](#)
 КАТОТТГ UA80000000001078669
 Кількість працівників 47

Баланс (Звіт про фінансовий стан) 2023 рік

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	350.00	238.00
первісна вартість	1001	3 460.00	3 576.00
накопичена амортизація	1002	3 110.00	3 338.00
Основні засоби	1010	3 662.00	2 725.00
первісна вартість	1011	24 101.00	24 117.00
знос	1012	20 439.00	21 392.00
Усього за розділом I	1095	4 012.00	2 963.00
II. Оборотні активи Запаси	1100	2 066.00	2 099.00
Виробничі запаси	1101	2 066.00	2 099.00
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	7 677.00	7 627.00
з бюджетом	1135	732.00	335.00
у тому числі з податку на прибуток	1136	1.00	1.00
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	156 924.00	161 143.00
Поточні фінансові інвестиції	1160	0.00	
Гроші та їх еквіваленти	1165	16 551.00	5 447.00
Готівка	1166	0.00	
Рахунки в банках	1167	16 551.00	5 447.00
Витрати майбутніх періодів	1170	164 107.00	201 135.00
Інші оборотні активи	1190	317.00	335.00
Усього за розділом II	1195	348 374.00	378 121.00
Баланс	1300	352 386.00	381 084.00

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1 000.00	1 000.00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-13 383.00	-22 069.00
Усього за розділом I	1495	-12 383.00	-21 069.00
товари, роботи, послуги	1615	50.00	59.00
розрахунками з бюджетом	1620	179.00	253.00
розрахунками зі страхування	1625	205.00	286.00
розрахунками з оплати праці	1630	770.00	1 055.00
Інші поточні зобов'язання	1690	363 565.00	400 500.00
Усього за розділом III	1695	364 769.00	402 153.00
Баланс	1900	352 386.00	381 084.00

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

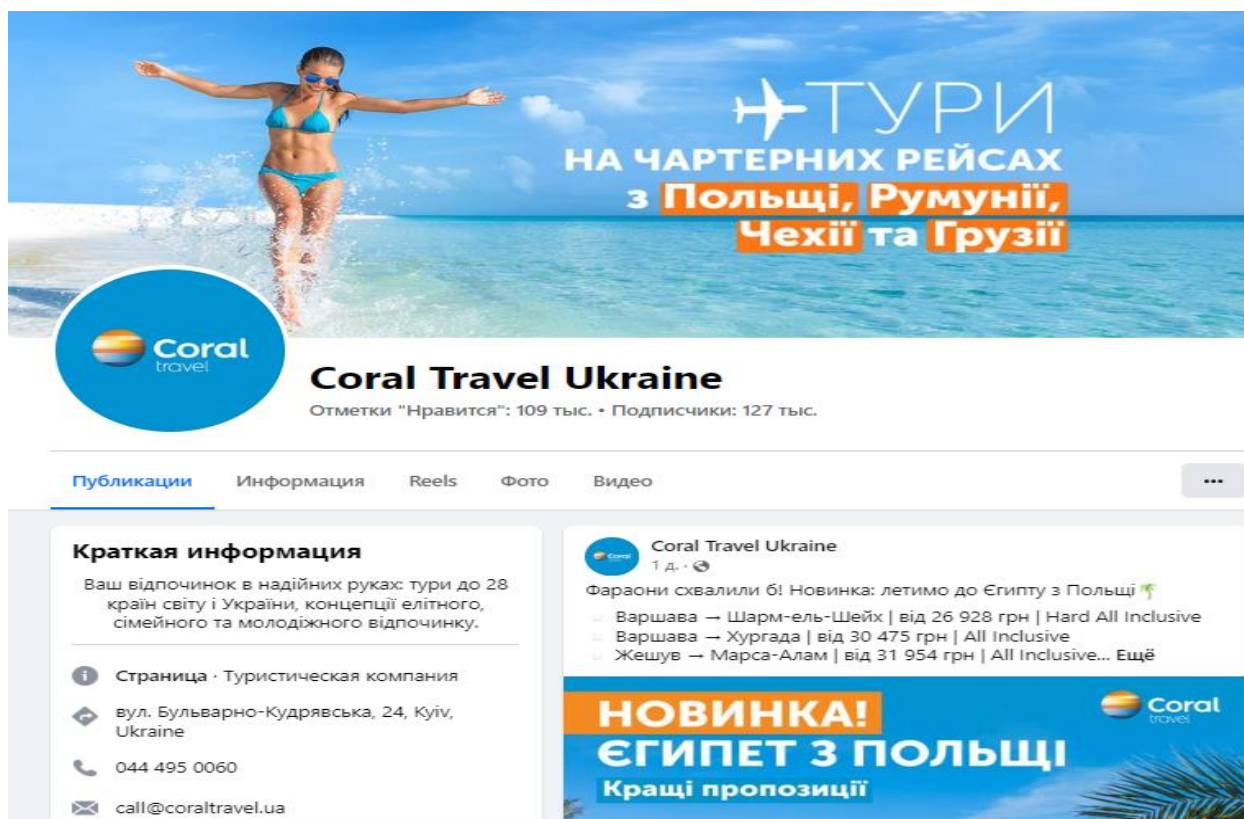
Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	6 356.00	5 216.00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050		318.00
Валовий: прибуток	2090	6 356.00	4 898.00
Інші операційні доходи	2120	28 736.00	59 220.00
Адміністративні витрати	2130	31 796.00	37 559.00
Витрати на збут	2150	7 343.00	5 374.00
Інші операційні витрати	2180	4 869.00	23 770.00
збиток	2195	8 916.00	2 585.00
Дохід від участі в капіталі	2200		0.00
Інші фінансові доходи	2220	230.00	381.00
збиток	2295	8 686.00	2 204.00
збиток	2355	8 686.00	2 204.00

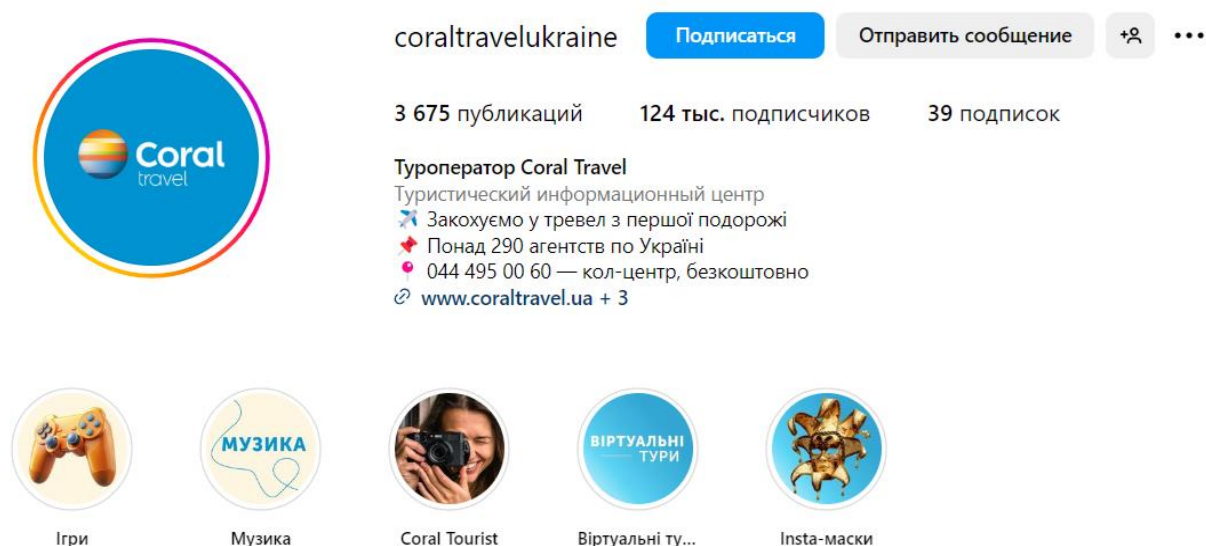
Сукупний дохід

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		0.00
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		0.00
Накопичені курсові різниці	2410		0.00
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		0.00
Інший сукупний дохід	2445		0.00
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0.00	0.00
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		0.00
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0.00	0.00
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-8 686.00	-2 204.00

Зовнішній вигляд сторінки «Coral Travel» в Facebook та Instagram



Facebook



Instagram