

**МІНІСТЕРСТВО НАУКИ І ОСВІТИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ
ВІДНОСИН ІМ. БОГДАНА ГАВРИЛИШИНА
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ І ТУРИЗМУ**

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА

на тему:

«Впровадження сучасних інформаційних технологій на туристичному підприємстві»

Студентки 4 курсу групи Т-42

Шепета А.П.

напряму підготовки

6.140103 “Туризм”

Керівник

к.е.н., ст. викл. Продан І. О.

Національна шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS

Члени комісії

м. Тернопіль – 2016 рік

ПЛАН

Вступ

Розділ I. Теоретичні аспекти застосування сучасних інформаційних технологій на туристичному підприємстві

1.1. Сутність, поняття та основні напрями застосування інформаційних технологій в сфері туризму

1.2. Узагальнення основних програмних продуктів автоматизації роботи підприємств та діючих туристичних Інтернет-порталів

1.3. Вплив сучасних інформаційних технологій на діяльність туристичного підприємства

Розділ II. Аналіз використання сучасних інформаційних технологій у “TEZ TOUR”

2.1. Характеристика організаційно-економічної діяльності “TEZ TOUR”

2.2. Оцінка впровадження сучасних інформаційних технологій в “TEZ TOUR”

2.3. Аналіз ефективності застосування сучасних інформаційних технологій в “TEZ TOUR”

Розділ III. Шляхи вдосконалення і перспективи використання сучасних інформаційних технологій у “TEZ TOUR”

3.1. Перспективні напрями використання сучасних інформаційних технологій для оптимізації діяльності туристичного підприємства

3.2. Основні заходи щодо створення діючої системи використання різноманітних видів інформаційних технологій у туризмі

Висновки

Список використаних джерел

Додатки

ВСТУП

Актуальність теми міждисциплінарної курсової роботи. На сьогоднішній день туризм – глобальний комп'ютеризований бізнес. Він являє собою торгівлю послугами. Причому, по-перше, - це комплексна і різноманітна послуга, як з точки зору виробника, так і споживача. По-друге, - це невидима, мінлива, інтегрована послуга. І, по-третє, - це інформаційно-насичена послуга. Сучасна туристична послуга стає більш гнучкою та індивідуальною, більш привабливою і доступною для споживача. Саме ці характеристики туризму представляють його як галузь ідеально підходить для застосування інформаційних технологій.

У сучасних умовах вже неможливо забезпечити якісне ведення туристичного бізнесу без впровадження й застосування новітніх інформаційних технологій, які забезпечують:

- Інтеграцію і зв'язок;
- Покращення якості послуг;
- Передачу великого обсягу інформації;
- Збільшення швидкості обслуговування та ефективність діяльності;
- Можливість враховувати потреби кожного індивідуального клієнта;
- Ефективний зворотній зв'язок.

Актуальність дослідження є очевидною. Проникнення сучасних інформаційних технологій в різні сфери людської діяльності, на сьогоднішній день стає одним з найважливіших чинників підвищення ефективності процесів, важливість якого ще не до кінця усвідомлена багатьма підприємствами сфери туризму. Підприємства, які усвідомили можливості інформаційних ресурсів і комп'ютерних технологій, а пізніше впровадивши їх у свою діяльність, змогли не тільки оптимізувати виробництво, але й придбати конкурентні переваги, що дозволили їм вижити в умовах кризи.

Метою міждисциплінарної курсової роботи постає висвітлення сутності інформаційних технологій у сфері туризму, їх впровадженні та ефективному використанні у туристичному підприємстві.

Для досягнення поставленої мети потрібно виконати ряд завдань:

- розглянути сутність та основні напрями застосування інформаційних технологій на підприємстві
- ознайомитися з основними програмними продуктами та туристичними Інтернет-порталами
- проаналізувати вплив сучасних інформаційних технологій на розвиток туризму
- дослідити впровадження інформаційних технологій у туристичній компанії “TEZ TOUR”
- охарактеризувати перспективні напрямки використання інформаційних технологій для оптимізації діяльності підприємства

Об’єктом дослідження міждисциплінарної курсової роботи є діяльність туристичної компанії “TEZ TOUR”.

Предметом дослідження міждисциплінарної курсової роботи – впровадження інформаційних технологій в діяльність компанії.

Інформаційну базу наукового дослідження формують дані офіційної статистики, планові, звітні, облікові, аналітичні дані окремих підприємств, установ, організацій тощо.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

1.1. Сутність, поняття та основні напрями застосування інформаційних технологій в сфері туризму

Сфера туризму та інформація - нероздільні. Адже прийняття рішення про подорож приймається на основі правдивої, своєчасної і чіткої інформації. Туризм, це - інформаційно насичена послуга. Тому дану сферу можна вважати сферою зростаючого застосування інформаційних технологій.

Інформаційні технології (ІТ) - це системно організована для вирішення завдань управління сукупність методів і засобів реалізації операцій збирання, реєстрації, передачі, накопичення, пошуку, обробки і захисту інформації на базі застосування розвиненого програмного забезпечення, використання засобів обчислювальної техніки і зв'язку, а також способів, за допомогою яких інформація надається тим, хто її потребує.

Ознаками будь-якої інформаційної технології будуть:

- комп'ютерна обробка інформації за обраними алгоритмами;
- зберігання великих об'ємів інформації на різноманітних носіях;
- передача та обмін інформацією на будь-які відстані в обмежений час із збереженням всіх її властивостей.

Індустрія туризму ідеально пристосована для впровадження сучасних інформаційних технологій, тому за останні десятиліття зазнала значного впливу науково-технічного прогресу.

Серед найважливіших досягнень сфери туризму стала її комп'ютеризація. Персональний комп'ютер та мережа Інтернет дали змогу створювати загальнодоступну, надзвичайно інформаційно містку, та,

порівняно з іншими інформаційно-технологічними системами, дешевшу й швидку інформаційну інфраструктуру, їх доступність та надійність сприяли входженню у всі сфери суспільства нових інформаційних технологій, які повною мірою забезпечили ріст продуктивності у сфері послуг.

Система інформаційних технологій, що використовуються в туризмі, складається з комп'ютерної системи резервування, системи проведення телеконференцій, відеосистем, комп'ютерів, інформаційних систем управління, електронних інформаційних систем авіаліній, електронної пересилки грошей, телефонних мереж, рухливих засобів повідомлення і т.д. При цьому необхідно зазначити, що ця система технологій розгортається НЕ турагентами, готелями або авіакомпаніями кожним окремо, а усіма ними. Більш того, використання кожним сегментом туризму системи інформаційних технологій має значення для всіх інших частин.

Застосування сучасних інформаційних технологій підвищує безпеку та якість туристичних послуг. На сьогоднішній день в туризмі використовують глобальні розподільчі системи (Global Distribution System), які забезпечують швидке і зручне бронювання квитків на транспорт, резервування місць у готелі, прокат автомобілів, обмін валют, замовлення квитків на спортивні та культурні заходи тощо. Найбільшими глобальними розподільчими системами на міжнародному ринку туристичних послуг є AMADEUS, Worldspan, Galileo, Sabre. Разом ці системи нараховують приблизно 500000 терміналів, встановлених у готелях по всьому світу, що займає більше 90% ринку, 10% займають регіональні системи резервування та системи, які знаходяться у стадії злиття з однією з вищеперерахованих. Кожна GDS, хоча й є глобальною, має свій арсенал розповсюдження. Для Amadeus та Galileo – це передусім Європа, для Sabre та Worldspan – Америка.

Інформаційні технології в туризмі – це система методів і способів передачі і обробки інформації на основі використання технічних засобів, що можуть застосовуватись при управлінні підприємствами сфери туризму, а саме: обслуговуванні клієнтів, співпраці з постачальниками, посередниками, органами державної влади, налагодженні з ними партнерських відносин тощо. Вплив інформаційних технологій на туризм здійснюється на різних стадіях створення та просування туристичного продукту (Рис. 1.1.).



Рис. 1.1. Основні напрямки застосування інформаційних технологій в туризмі [1, с. 54]

Позитивний вплив інформаційних технологій на туристичний потік зумовлюється трансформацією сфери туризму з такої, яка орієнтована на обслуговування організованих туристів, – на багатогалузеву сферу діяльності, що спрямована на задоволення різноманітних потреб індивідуальних туристів. Незважаючи на достатню поширеність інформаційних технологій, рівень їх використання вітчизняними підприємствами є досить незначним, що зумовлено:

- низьким рівнем розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури;

- відсутністю баз даних туристичного профілю в окремих регіонах країни; обмеженістю інформації та реклами туристичного продукту на ринках;
- низьким рівнем розвитку віртуальних туристичних підприємств;
- відсутністю державної електронної системи забезпечення суб'єктів туристичної діяльності оперативною інформацією про попит, пропозицію, ціни, тарифи.

1.2. Узагальнення основних програмних продуктів автоматизації роботи підприємств та діючих туристичних Інтернет-порталів

Вітчизняні туристичні підприємства, стикаючись з проблемами забезпечення конкурентоспроможності туристичних послуг, тому вони намагаються використовувати сучасні інформаційні технології, які були створені закордонними туристичними підприємствами. На сьогоднішній день існує велика кількість програмних продуктів, які орієнтовані на автоматизацію процесів управління туристичними підприємствами. (табл. 1.1.).

Таблиця 1.1.

Програмні продукти для автоматизації роботи підприємств туристичної сфери

Сайт розробника	Назва і характеристика продукту
http://www.parus.ua/	<p>“ПАРУС-Підприємство” система для автоматизації облікових і управлінських задач, які здійснюють підприємства малого і середнього бізнесу.</p> <p>Базові модулі:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Парус-Ресторан – автоматизована система

	<p>управління підприємствами громадського харчування.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Парус-Готель – система для автоматизації бізнес-процесів обслуговування клієнтів в засобах розміщення, що передбачає здійснення функцій щодо автоматизації роботи рецепції, бронювання, реєстрації поселення і виїзду клієнтів, формування вартості наданих послуг і здійснення розрахунків з клієнтами; - Парус-Туристичне агентство - рішення, орієнтоване на автоматизацію бізнес-процесів туристичних компаній і агентств ділового туризму.
<p>http://www.titbit.com.ua/</p>	<p>БІТ – це спеціальний програмний продукт для спеціалістів туристичної галузі.</p> <p>Базові модулі:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Titbit “Расчет цен” – калькулювання туристичних пакетів і формування прайс-каталогів різних типів; – Titbit “Цены+рейсы” – конфігурація містить розрахунковий блок і блок для виконання деяких функцій обліку задач, пов’язаних з контролем і управлінням завантаженням транспортних засобів; – Titbit back-office - конфігурація містить блок, що використовують менеджери при підготовці до продажів, також містить блок обліково-

	аналітичних функцій, що автоматизують процеси продажу туристичних продуктів і управління ними.
http://www.tury.in.ua/ (для туристів), http://www.profi.tury.in.ua (для професіоналів)	Інформаційно-пошукова система ТУРИ – автоматизація роботи туристичного оператора, що передбачає здійснення функцій щодо розрахунку сезонних прайс-листів і випуску спеціальних пропозицій, роботи з сайтом, замовленнями, туристичними агентствами, приймаючою стороною, підготовки документів і звітів, здійснення взаєморозрахунків, управління маркетингом і рекламною діяльністю підприємства.
http://www.samo.ru/	САМО - програмне забезпечення туризму і рішення для автоматизації туристичних фірм, агентів і операторів. Базові модулі: - САМО-ТурАгент (автоматизація туристичних агентів) - внутрішньо офісна автоматизація туристичних фірм: облік замовлених туристами турів, оплати, постійних клієнтів, виданих дисконтних карток, телефонних дзвінків з пропозиціями і побажаннями; - САМО-Тур (автоматизація туристичного оператора) – програмний комплекс для оптимізації роботи туристичного оператора, що враховує всі особливості його

	<p>технологічних операцій;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Online для ПК САМО-Тур призначений для туристичних операторів, що використовують САМО-Тур, дозволяє розміщувати на сайті оператора актуальну інформацію про ціни на тури, вільні місця на рейсах і припинення продажів в готелях; - САМО-Incoming програмний комплекс призначений для автоматизації туристичних фірм, що обслуговують туристів на прийомі, який враховує всі етапи технологічного процесу (від підготовки цін до безпосереднього продажу екскурсій і отримання статистичних звітів); - Online для ПК САМО-Incoming - програмний модуль "ONLINE бронювання", що призначено для продажу турів через Інтернет у режимі реального часу.
<p>http://www.samsebetur.vdelo.ru/</p>	<p>SAMSEBETUR – інформаційна система призначена для автоматизації роботи туристичних агентств, що використовується з метою:</p> <ul style="list-style-type: none"> - впорядкування роботи агентства; - автоматичного друку даних про подорожі; - спрощення роботи і здійснення взаєморозрахунків з клієнтами; - оптимізація процесів оформлення документів,

	зниження можливостей появи помилок тощо; - постійне додержання фірмового стилю агентства у всіх документах, що вони готують; - збір і аналіз статистичних даних щодо кількості і типів подорожей туристів, якості роботи менеджерів агентства, популярності туристичних маршрутів і готелів тощо.
--	---

Кожний з вказаних програмних продуктів має свої переваги та недоліки і може бути впроваджений на більшості підприємств сфери туризму.

До спеціалізованих програмних продуктів для автоматизації роботи суб'єктів туристичної сфери можна віднести CRM-системи – системи управління взаємодією з покупцем (Customer Relationship Management). Даний продукт, призначений для збору та обробки інформації про клієнта з метою обслуговування з урахуванням усіх його пропозицій і підвищення ймовірності придбання ним пропонованих послуг. Перевагами використання такої системи є:

- підвищення можливості підприємств утримувати своїх клієнтів, а також формувати у них лояльне відношення до пропонованих послуг фірми;
- підвищення рентабельності роботи з клієнтами, що зумовлено збільшенням кількості замовлень і зниженням витрат на залучення нових клієнтів;
- зниження собівартості послуг, що реалізуються.

Не зважаючи на наявність досить великої кількості різних засобів автоматизації процесів управління туристичними підприємствами,

впровадження їх у роботі підприємств України не є активним. Це зумовлено існуванням певної кількості причин:

- недостатній рівень підготовки та кваліфікації менеджерів з інформаційних технологій та низька інформаційна грамотність, неготовність до зміни звичного способу організації власної роботи;
- неврахування важливості та необхідності в повному оновленні інформації, що поширюється в туристичних підприємствах через мережу Інтернет;
- існування певних помилок у роботі програм автоматизації процесів управління підприємствами, що можуть викликати недовіру з боку спочивачів, на початкових етапах їх впровадження.

На даний момент спостерігаються процеси активізації використання мережі Інтернет у діяльності туристичних підприємств. За рівнем представлення в мережі Інтернет, онлайн туристичні ресурси, слід розділити в такий спосіб (рис. 1.2.).



Рис. 1.2. Види туристичних ресурсів в мережі Інтернет

1. Найбільшого значення серед даних ресурсів мають Інтернет-портали. Туристичний інтернет-портал – великий сайт, що пропонує відвідувачу туристичні послуги (пошук турів, замовлення квитків, пошук готелю тощо), і містить додаткову інформацію, таку як:

описи країн, перелік агенцій, відгуки клієнтів, що вже скористалися послугами, про погоду, курси валют, різні довідники тощо) (Табл. 1.2.).

Таблиця 1.2.

Туристичні Інтернет портали

Сайт Інтернет порталу	Основна характеристика Інтернет порталу
http://www.all-tours.com.ua/	Туристичний Інтернет-магазин, з можливістю замовлення туру, а також можлива сервісна підтримка
http://www.gdetur.com/	Пошук, інформація та замовлення туру, надання додаткової інформації про туристичних операторів та туристичних агентів по Україні
http://www.otpusk.com/	Якісна та чітка система пошуку туру, інформація про країни, перелік туристичних підприємств по Україні, додаткові послуги (бронювання авіаквитків)
http://www.tau.org.ua/	Туристична асоціація України, метою якої є захист своїх законних прав, задоволення професійних і соціальних інтересів, сприяння розвитку туризму в Україні
http://www.tourua.com/	Пошук турів за різними категоріями, сервісна підтримка, додаткова інформація про туристичних операторів та туристичних агентів, постачальників туристичних послуг. Особливістю порталу є наявність “Конструктора турів”.

http://www.turistua.com/	<p>Туристичний портал, що містить всю необхідну інформацію у сфері туризму: “гарячі” тури, путівки, білети, готелі, додаткове спорядження, останні новини туризму. Додаткові послуги: бронювання і замовлення квитків, інформація про готелі, ресторани, про країни, їх клімат та погоду, відгуки клієнтів</p>
http://www.turne.com.ua/	<p>Пошук та інформація про тури, новини у сфері туризму, опис країн, цінові пропозиції</p>
http://www.turmir.com/	<p>“Соціальна мережа” мандрівників</p>
http://www.ukrtravel.net/	<p>Туристична мережа – пошук турів, інформація про них, новини туризму, рейтинг туристичних компаній та їх послуг.</p>
http://www.turbaza.com.ua/	<p>Пошук турів, додаткова інформація про них, можливість підписки на інформацію від різних туристичних фірм країни про оновлення їх асортименту</p>
http://www.ukrainetour.in.ua/	<p>Інформація про послуги українських туристичних операторів, внутрішній та в’їзний туризм</p>

Усі ці Інтернет-портали характеризуються великою кількістю відвідувачів, тому багато великих підприємств сфери обслуговування викладають свою рекламу. Взагалі такі портали в туристичній галузі мають свої певні переваги і недоліки. До переваг можна віднести:

- можливість швидкого розміщення та пошуку інформації;
- велика, цілодобова, ефективна і недорога реклама;

- використання електронної пошти при спілкуванні з партнерами дає можливість зекономити значну кількість коштів;
- Своєчасне отримання інформації про нові тури та акції.

До недоліків можна віднести:

- копіювання інформації з інших сайтів, особливо це стосується новин у даній сфері;
- не систематизоване оновлення даних;
- обмежена кількість пропозицій;
- значна завантаженість рекламою, баннерами і спамом;
- певні сайти є не розробленими до кінця тому певні розділи не мають жодної інформації.

2. Сайти з “гарячими” путівками. На таких сайтах тур вибирається у декілька способів: перший - самостійний пошук; другий - заповнення форми запиту, що згодом відправляється в туристичну компанію, яка співпрацює з даним сервером. У даному випадку на електронну пошту приходить лист від туристичної компанії з певними пропозиціями щодо того чи іншого туру.

3. Web-сайти туристичних організацій та асоціацій містять загальну інформацію, що може бути ефективно використана в комунікаціях в межах туристичних регіонів чи детонацій, але не на рівні окремих туристичних підприємств.

4. Web-сайти туристичних підприємств розміщують інформацію про саме підприємство, а також про асортимент послуг які надаються. Хоча більшість туристичних підприємств обмежуються лише загальною інформацією, і не дають можливість клієнтам бронювати і продавати тури. Крім інформування, бронювання і продажі турів сайти туристичних підприємств, виконують наступні задачі: формують імідж, спілкуються з відвідувачами, мають можливість провести різні опитування.

1.3. Вплив сучасних інформаційних технологій на розвиток туризму

Оскільки ми живемо в період швидкого розвитку інформаційних технологій, то неможливо не помітити зміни які вже відбулися. Глобальна комп'ютеризація вплинула не лише на наше життя в цілому, але й на ведення бізнесу, в тому числі, туристичного. Вміння працювати з інформацією, збирати та опрацьовувати, а також приймати на її основі рішення складає основу для успішного ведення туристичного бізнесу.

Вплив інформаційних технологій на розвиток туризму досить великий, оскільки пов'язаний з ефективністю роботи кожного туристичного оператора окремо, так і усього туристичного бізнесу в цілому. Це впливає на конкурентоспроможність підприємства на ринку. Тому на сьогоднішній день представити діяльність туристичного підприємства без використання мережі Інтернет просто неможливо. Дана мережа використовується практично у всіх бізнес-процесах всередині туристичного підприємства, починаючи від пошуку та приваблювання клієнтів закінчуючи формуванням туристичного продукту, також надає величезну кількість інформації, яка необхідна в роботі туристичного підприємства (адреси засобів розміщення, розклад авіарейсів, візові формальності). Використання мережі Інтернет в сфері туризму включає й інші напрямки:

- відкритий доступ до використання сучасних комунікаційних систем, таких як електронна пошта, це значно скорочує витрати підприємства
- можливість для створення і просування внутрішньо корпоративних систем бронювання своїх турів в Інтернеті
- для формування якісного туристичного продукту туристичні фірми отримують довідкову інформацію щодо цін, тарифів, країн, прогнози погоди тощо

- запровадження онлайн-мультимедійних технологій, у вигляді каталогів
- можливість формування нових маркетингових каналів просування туристичних послуг, зокрема, створення web-сайтів підприємства, або спільнот у різних соціальних мережах

Використання інформаційних технологій у туристичних підприємствах, дає можливість підприємцям і маркетологам дослідити нові можливості туристичного ринку, вивчати різні сегменти ринку (географічний, демографічний).

Враховуючи зростаючу роль сучасних інформаційних технологій в туристичному бізнесі, була створена Асоціація сприяння туристичним технологіям (АСТТ), вона поєднує відомих розробників і популяризаторів інформаційних технологій, щоб спільними зусиллями підготувати учасників туристичного ринку до впровадження та ефективного використання сучасних засобів ведення бізнесу по таких засобах:

- Впровадження засобів автоматизації, що істотно скорочує менш продуктивно використовуваний час, який є джерелом найбільшої незадоволеності інтелектуальних працівників;
- Залучення майбутніх користувачів до вибору і створення нових автоматизованих місць, облік їх пропозицій;
- Відмова від прагнення до негайного загального схвалення нових засобів і відповідних переміщень персоналу, які можуть призвести до зниження рівня допоміжних служб;
- Впровадження в першу чергу легких прикладних задач з обов'язковим проведенням інтенсивного курсу навчання майбутніх користувачів.

Результат впровадження комп'ютерних інформаційних технологій - економія часу спеціалістів. Єдиним способом отримання відчутного ефекту від економії часу - перетворення цього часу на досягнення

конкретних цілей даного підрозділу, що визначаються загальною стратегією підприємства.

РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ СКЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИСТИЧНІЙ КОМПАНІЇ “TEZ TOUR”

2.1. Характеристика організаційно-економічної діяльності туристичної фірми “TEZ TOUR”

Міжнародна компанія TEZ TOUR є однією з провідних туристичних компаній в Східній Європі (див. Додаток 1). TEZ TOUR заснований в 1994 році, Олександром Сінігібським, Олександром Буртиним (Росія) і Левентом Айдином (Туреччина). Генеральний директор компанії - Володимир Каганер.

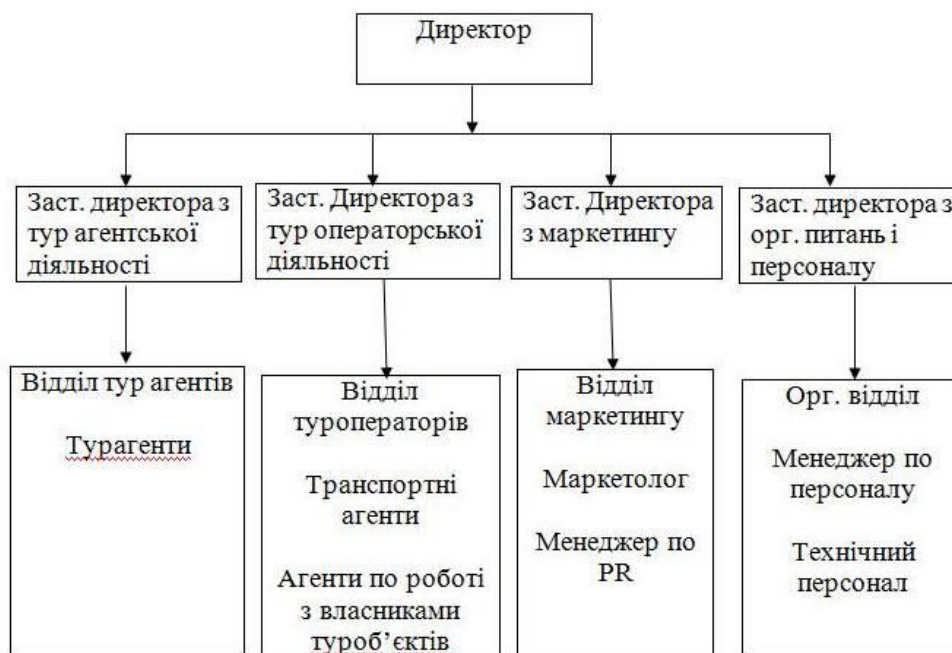


Рис. 2.1. Організаційна структура підприємства

Як ми бачимо, структура і чисельність компанії є досить велика і являє собою наступну структуру управління. Туристичну компанію очолює генеральний директор, який відповідає за виконання плану з

реалізації турпродукту, своєчасним фінансуванням та виплатами, підготовці майбутніх кадрів, та підвищення кваліфікації. Він організовує роботу всього колективу, несе повну відповідальність за стан компанії, її діяльність. Генеральному директору підпорядковуються заступники директора. У штаті є менеджер який виконує обов'язки керуючого за його відсутності. Він виконує усі завдання, поставлені перед керівництвом: організовує роботу колективу, покращує професійну підготовку кадрів, можливість для кар'єрного росту тощо. Наступним і кінцевим рівнем є робочий склад, який виконує усі поставлені компанією завдання. Їхніми функціями є: пошук клієнтів, ведення переговорів, приймання замовлень від клієнтів, складання договору, ведення замовлення до моменту його виконання.

Сьогодні в його асортименті двадцять напрямків: Туреччина (з 1994 року), Таїланд (з 1997 року), Єгипет (з 1999 року), Іспанія (з 2003 року), Куба і Домінікана (з 2004 року), Мальдіви і Шрі-Ланка (з 2007 року), Греція (з 2008 року), Австрія і Андорра (з 2009 року), ОАЕ, Бразилія, Болгарія, Хорватія, Чорногорія, Італія, Китай, Мексика, Україна.

У всіх країнах клієнтів компанії обслуговують власні приймаючі офіси TEZ TOUR. Їх робота будується за одним принципом - служба бронювання підтверджує місця в готелях, операційний відділ забезпечує трансфери і екскурсійне обслуговування, а співробітники відділу guest relation допомагають клієнтам відчувати себе як вдома. Це дозволяє TEZ TOUR робити відпочинок туристів якісним і комфортним.

Всього до складу TEZ TOUR входить більше 20 міжнародних компаній, що працюють на відправку і прийом туристів. Ми відправляємо туристів з Росії, Болгарії, Румунії, України, Латвії, Литви, Білорусії, Естонії, Молдови, Казахстану, Вірменії та Грузії.

Профіль компанії - масовий туризм. Професійно працюючи з великими потоками туристів і добре розбираючись у ситуації на

туристичному ринку, вони вибирають надійні авіакомпанії і кращі готелі. Вони здатні запропонувати широкі можливості для відпочинку туристів, організувати виїзд на семінар чи конференцію, дитячий відпочинок, VIP-тури.

TEZ TOUR має заслужену репутацію однієї з найбільш високотехнологічних компаній на туристичному ринку. Робота офісів максимально взаємопов'язана і автоматизована, система онлайн-бронювання прогресивна і зручна у використанні. Повна комп'ютеризація і налагоджена система роботи не допускають втрат інформації. Це дозволяє нам безперебійно і чітко обслуговувати тисячі агентств навіть в пік туристичного сезону.

TEZ TOUR працює тільки з перевіреними і надійними партнерами. Авіап перевезення здійснюються найбільшими авіакомпаніями світу з сучасним авіапарком. Серед них WINDROSE, «Аерофлот», «Трансаеро», «Атлант-Союз», Thai Airways, Emirates, QATAR AIRWAYS, Air Baltic і інші.

У готельної сфері партнерами виступають - провідні мережі готелів, серед них Marriott, Sheraton, Le Meridien, Sol Melia, Princess, Hilton, Iberostar, Four Seasons і ін.

TEZ TOUR приділяє особливу увагу контролю якості послуг, що надаються на всіх етапах. Ретельно відстежується кожна заявка з моменту надходження в TEZ TOUR до повернення туриста додому.

Кожен напрямок компанії безперервно розвивається, і в цей процес залучені всі партнери компанії, не кажучи вже про співробітників TEZ TOUR. Компанія постійно підтверджує своїми результатами свій девіз - Високі Технології Туризму.

У 2010 році Компанія TEZ TOUR анонсувала проект з розвитку власної мережі агентств «TEZ TOUR Турагенція®».

Формат монобрендової мережі « TEZ TOUR Турагенція[®] » є оптимальним рішенням, в першу чергу, для інвесторів, які вирішили відкрити новий бізнес в туристичній сфері, і молодих існуючих агентств.

Даний франчайзинговий проект включає в себе всі необхідні інструменти для успішного ведення бізнесу, базуючись на багаторічному досвіді роботи в туристичній галузі, і дозволяє скористатися перевагами відомого міжнародного бренду TEZ TOUR.

«TEZ TOUR Турагенція[®]» це:

- ПЕРЕВАГИ ВІДОМОГО БРЕНДУ
- Велика рекламна КАМПАНІЯ (Реклама в ЗМІ; Зовнішня реклама; Інтернет реклама; Реклама на радіо; Реклама на телебаченні)
- ІНТЕРНЕТ (Інтернет сайт; Корпоративний e-mail)
- КОМУНІКАЦІЇ (Колл центр; Корпоративні мобільні номери; Корпоративний ІМ)
- УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖАМИ (Кураторський центральний офіс; Програмне забезпечення «до продажу»; Програмне забезпечення «після продажу»; Програмне забезпечення для бухгалтерії)
- КАДРИ (Рекрутинг; Кадрові питання; Табельний облік; Навчальний центр)
- ІНШІ ПЕРЕВАГИ (Юридична консультація; Робота з рекламаціями)

На даний момент на території України працюють 34 агентства "TEZ Tour Турагенція[®]" в різних містах. (див. Додаток 2)

2.2. Оцінка впровадження сучасних інформаційних технологій в “TEZ TOUR”

На сьогоднішній день робота туристичних підприємств практично неможлива без використання інформаційних технологій, тому, що життя в наш час важко представити без них. Враховуючи важливість

інформаційних технологій в діяльності туристичних підприємств, туристична компанія «TEZ TOUR» також вирішила використовувати їх. З їх допомогою компанія виконуватиме наступні завдання:

- спрощення роботи з документацією за допомогою програм системи Microsoft;
- бронювання турів;
- доступ до електронних каталогів і сайтів;
- використання електронної пошти;
- застосування інтернет зв'язку (Skype, Twitter, Facebook) для контакту з клієнтами та партнерами;
- проведення платежів через інтернет;
- використання програм перекладачів.

Проте перед тим, як здійснювати новітні впровадження в компанію потрібно здійснити SWOT-аналіз, тобто перевірити слабкі і сильні сторони компанії, а також загрози та можливості (Табл. 2.1).

Таблиця 2.1

SWOT-аналіз «TEZ TOUR»

<p style="text-align: center;">Слабкі сторони:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● відсутність чіткої стратегії ● слабкі канали збуту ● ціни ● асортимент ● залежність від роботи кожного співробітника ● вплив сезонності на прибуток компанії 	<p style="text-align: center;">Сильні сторони:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● наявність великої кількості фінансових ресурсів ● високі професійні навички співробітників ● багаторічний досвід ● якість обслуговування ● якісний турпродукт ● імідж та репутація компанії
<p style="text-align: center;">Загрози:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● спад економіки ● нестабільний курс валюти ● зниження платоспроможности 	<p style="text-align: center;">Можливості:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● вихід на новий ринок ● можливість зниження ціни ● збільшення темпів росту ринку

<p>населення</p> <ul style="list-style-type: none"> ● часта зміна смаків клієнтів 	<ul style="list-style-type: none"> ● обслуговування додаткових груп клієнтів
--	---

Джерело: побудовано автором

На сьогоднішній день практично всі туристичні підприємства використовують інформаційні технології (ІТ) в своїй діяльності. Більше того, в останні роки багато компаній створили сайти своїх підприємств, які являються цінними інструментами продажу в туризмі. Сайт являє собою web-сторінку підприємства у глобальній мережі Інтернет. TEZ TOUR також має власний сайт на якому можна ознайомитися з:

- останніми новинами в туристичному світі
- інформацією про країни і курорти, в напрямки яких пропонуються тури
- асортиментом пропонованих турів і напрямків
- штатом працівників компанії і місце розташування тощо
- додатковою інформацією про компанію (історію створення, логотип, найменування, ліценції, сертифікати)
- форуми (в яких користувачі або власники сайту виносить теми на обговорення і всі користувачі можуть залишити свої коментарі по даній темі);
- гостьова книга відвідувачів сайту (в якій залишаються висловлювання, або ж поради клієнтів компанії, щодо вибору країни, курорту чи готелю).

В наш час люди звикли попередньо ознайомлюватися з інформацією про підприємство, тому наявність власного сайту значно полегшує роботу і економить час при пошуку. При створенні сайту власники повинні розуміти, що незабаром сайт стане «обличчям» підприємства, що буде створювати перше враження на потенційного споживача. Тому сайт повинен бути: привабливим, зручним у використанні, містити актуальну,

достовірну і періодично оновлюючу інформацію, вести рахунок кількості відвідувачів сайту (це актуально при перевірці ефективності рекламної кампанії).

Зрозуміло, що наявність сайту дає певні переваги, але також існують і недоліки. Створення сайту потребує початкових інвестицій. Необхідно не тільки створити сам інтерфейс, але й підготувати якісні фото, промо-відео тощо. Для того, щоб сайт був ефективним, необхідно оптимізувати його для пошукових систем. І головне, адміністрування сайту та оплата сервера і домену потребують постійних витрат.

Гарним доповненням будь-якого сайту для тур агентства будуть кілька «вітрин». Наприклад, з “гарячими” турами і пропозиціями щодо їх номінальної вартості. Це відмінно привертає увагу клієнтів і допомагає їм швидше прийняти рішення про покупку.

Добре якщо на сайті є часто оновлювані новинні розділи. Крім іншого, вони дозволяють відвідувачам не сумніватися в тому, що вся інформація на даному ресурсі актуальна.

Також, сайту знадобиться просування. Чим вище його позиції, тим простіше його знайти туристам, і тим більше потенційних клієнтів, відповідно, його відвідає.

Щодо доцільності впровадження інформаційних технологій, зокрема web-сайту, можа використати Google Analytics. Це багатофункціональний та зручний у використанні додаток, який не лише аналізує web-сайти, а також дає можливість переглянути те як відвідувачі використовують сайт, які розділи відвідують, та що найчастіше переглядають. Google Analytics має ряд функцій, які дозволяють дізнатися, скількох клієнтів приваблює підприємство, скільки турів продає, а також як відвідувачі взаємодіють із сайтом.

Слід передбачити можливість спілкування з клієнтами та відвідувачами, зворотного зв'язку, оскільки в процесі спілкування є можливість отримувати додаткову інформацію про потреби клієнтів, їх оцінку порталу тощо. Спілкування з клієнтами може здійснюватися через листування по електронній пошті та соціальних мережах (Facebook, Вконтакті, Instagram), також можна проводити короткі опитування на різні теми (враження від обраного туру, якість обслуговування, переваги і недоліки, про те як клієнти дізналися про підприємство тощо).

2.3. Аналіз ефективності застосування сучасних інформаційних технологій в “TEZ TOUR”

До недавнього часу багато туристичних підприємств досить скептично відносились до мережі Інтернет, плюси від використання всесвітньої комп'ютерної мережі ставали все більшими. TEZ TOUR а також ряд інших туристичних агенств які вже працюють з мережею Інтернет встигли оцінили її інформаційні можливості. Оскільки Інтернет пропонує величезну кількість необхідної в роботі туристичних агенств інформації - від адрес готелів і розкладів авіарейсів до візових і митних правил і пропозицій вітчизняних і закордонних туроператорів. Причому будь-яку за обсягом - від прайс-листів до цілих каталогів. Важливо, що інформація в Інтернеті доступна користувачам - агенствам або клієнтам 24 години на добу і 7 днів на тиждень.

Для визначення ефективності використання інформаційних технологій туристична компанія TEZ TOUR використовує два методи:

1. Статистичний метод полягає в порівнянні результатів діяльності компанії до використання інформаційних технологій і після. Обраховується за наступною формулою:

$$E = Pr_0 - Pr_1$$

де: Pr_0 - прибуток до використання ІТ; Pr_1 - прибуток після використання ІТ.

2. Метод прямого рахунку полягає в підрахунку зекономленого часу в результаті використання ІТ і перетворення цього часу в грошовий еквівалент, при цьому методі використовується формула:

$$E = \sum (t_0 - t_1) * T_{тс}$$

де: E - ефективність; t_0 - час, який затрачався до автоматизації; t_1 - час, який затрачався після автоматизації; $T_{тс}$ - середня годинна тарифна ставка в підприємстві.

Ефективність застосування інформаційних технологій у туризмі на глобальному рівні оцінюють, визначаючи кількість користувачів Інтернету в світі; світові обсяги інтернет-продажів туристичних послуг; кількість бронювань глобальними розподільними системами.

Проведений аналіз сучасних інформаційних технологій, практики їх використання в діяльності туристичного підприємства доводить їх практичну цінність і доцільність.

На базі проведеного дослідження можна визначити наступні основні напрямки підвищення ефективності функціонування підприємства за умов активного використання інформаційних технологій:

- підвищення оперативності розміщення та пошуку інформації
- активізації просування та збуту туристичних послуг
- підвищення рентабельності роботи з клієнтами
- рівня якості їх обслуговування.

РОЗДІЛ III. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

3.1 Перспективні напрямки використання сучасних інформаційних технологій для оптимізації діяльності туристичного підприємства

На сучасному підприємстві комп'ютер перетворився на необхідний інструмент повсякденної діяльності. З його допомогою здійснюється збирання, накопичення та обробка інформації.

В даний час напрямками розвитку інформаційних технологій в туризмі виступають:

- локальна автоматизація підприємства;
- впровадження програм автоматизації формування, просування і реалізації туристичного продукту;
- використання систем управління базами даних;
- використання локальних комп'ютерних мереж;
- впровадження систем бронювання;

- впровадження мультимедійних маркетингових систем;
- використання мережі Інтернет.

На сьогоднішній день можна з впевненістю сказати, що перспективними напрямки використання інформаційних технологій в туристичній сфері виступають електронна комерція, віртуальні магазини і віртуальні туристичні бюро. Туристична компанія TEZ TOUR не так давно теж почала використовувати їх.

Електронна комерція стала можливою відносно недавно з розвитком мережі Інтернет та електронних засобів платежу. Сутність електронної комерції полягає в тому, що споживач здійснює покупку в режимі реального часу не виходячи зі свого будинку. Електронна комерція з використанням можливостей мережі Інтернет та електронних засобів платежу передбачає повний цикл обслуговування клієнта без необхідності його особистої явки в компанію продавця, тобто замовлення продукту і його оплата клієнтом відбуваються через так званий віртуальний магазин, після чого замовлений і оплачений продукт доставляється покупцю додому. Туристична компанія TEZ TOUR має можливість створити інтернет-магазин, який здатний приймати платежі за турпослуги, бронювати путівки, квитки, укладати договори з клієнтами, повідомляти їх про вільні місця, путівки та ін. Такий сайт виконує функцію повноцінного паралельного механізму реалізації турпослуг, дозволяє розвантажити менеджерів, прискорити виконання операцій (прийом платежів, підготовка і підпис паперів, приїзд клієнта в офіс і ін.). Недолік - ризик, пов'язаний з можливістю злому сайту, шахрайство.

3.2. Основні заходи щодо створення діючої системи використання різноманітних видів інформаційних технологій у туризмі

У розвинених країнах світу водночас, доповнюючи одна одну, відбуваються зміни в інформаційних технологіях і в туристичному бізнесі. У зв'язку із цим процес впровадження інформаційних технологій у діяльність суб'єктів господарювання у сфері туризму стикається з рядом проблем. Основними з них є:

- слабкі комунікації;
- недостатній рівень підготовки менеджерів з інформаційних технологій та низька інформаційна грамотність. Навчання або наймання професіоналів потребує додаткових фінансових коштів;
- Далеко не всі туристичні підприємства можуть собі дозволити утримувати в штаті фахівців з інформаційних технологій;
- Більшість туристичних підприємств надають неповну інформацію клієнтам на своїх сайтах щодо місця розташування туристичних об'єктів (інколи відсутня інформація про їх місце знаходження), також інформація про вартість послуг може бути застарілою і неточною;
- Відсутність державної електронної системи забезпечення суб'єктів туристичної діяльності оперативною інформацією про попит, пропозицію, ціни, тарифи та ін.

Впровадження сучасних інформаційних технологій в діяльність компанії потребує значних капіталовкладень. Оцінка доцільності використання технологій - завдання досить складне, тому що метою нових технологій є скорочення витрат на роботу силу, покращення якості послуг, розширення асортименту. Оскільки деякі з уих переваг не спричиняють прямого скорочення витрат, виправдати їх вибір буває дуже складно.

Зниження тривалості основних процесів дозволяє TEZ TOUR дозволяє пришвидшувати надання послуг, слідкувати за змінами, збільшується кількість турпродуктів та покращується їх якість.

Представлення туристичної компанії TEZ TOUR у мережі Інтернет має певні недоліки, а саме: дизайн сайту не є досить виразним, а також сайт не відповідає деяким технічним вимогам. При розробці дизайну сайту, потрібно пам'ятати, що головне завдання це зацікавити відвідувачів та привернути їх увагу. Не потрібно завантажувати сайт непотрібною інформацією або рекламою, великою кількістю ілюстрації, картинок. Також для підвищення рівня сайту слід поросити у туроператорів-партнерів розмістити інформацію на їх серверах. Також можливо розмістити рекламу на туристичних Інтернет-порталах. Дуже важливим є зворотній зв'язок з клієнтами, його можна забезпечити не лише гостьовою книгою на сайті, але й створенням спеціального форуму. Проте за форумом потрібно слідкувати, аби своєчасно відповідати на запитання.

Сайт постійно повинен оновлюватись саме тому на головній сторінці розміщують колонку новин, в якій указують діючі та майбутні акції, новини галузі туризму. Відсутність можливості повідомити клієнта про цікаві пропозиції означає те, що у підприємства відсутня можливість продати даний тур легко і швидко. В такому випадку сайт виконував би функцію реклами і також здійснював би передпродаж.

Таким чином, виявлення основних проблем туристичного комплексу вказує на доцільність розробки цільової програми розвитку інформаційних технологій у діяльності підприємств туристичної сфери, яка, у свою чергу, дасть можливість урахувати комплекс заходів щодо поліпшення діючої системи використання різноманітних видів інформаційних технологій та сприяти розвитку нових механізмів державного регулювання в цій сфері.

ВИСНОВКИ

В ході проведеного дослідження на тему “Впровадження сучасних інформаційних технологій на туристичному підприємстві” розроблено наступні висновки:

1. Туристична сфера є інформаційно насиченою, тому для забезпечення якісного рівня її управління необхідно використовувати сучасні інформаційні технології. Система інформаційних технологій, що використовуються в туризмі, складається з комп'ютерної системи резервування, системи проведення телеконференцій, відеосистем, комп'ютерів, інформаційних систем управління, електронних інформаційних систем авіаліній, електронної пересилки грошей, телефонних мереж, рухливих засобів повідомлення і т.д. Застосування сучасних інформаційних технологій підвищує безпеку та якість туристичних послуг.

2. Вплив інформаційних технологій на розвиток туризму досить великий, оскільки пов'язаний з ефективністю роботи кожного туристичного оператора окремо, так і усього туристичного бізнесу в цілому. Це впливає на конкурентоспроможність підприємства на ринку. Тому на сьогоднішній день представити діяльність туристичного підприємства без використання мережі Інтернет просто неможливо. Дана мережа використовується практично у всіх бізнес-процесах всередині туристичного підприємства.

3. Міжнародна компанія TEZ TOUR є однією з провідних туристичних компаній в Східній Європі. TEZ TOUR заснований в 1994 році, TEZ TOUR має заслужену репутацію однієї з найбільш високотехнологічних компаній на туристичному ринку. Робота офісів максимально взаємопов'язана і автоматизована, система онлайн-

бронювання прогресивна і зручна у використанні. Повна комп'ютеризація і налагоджена система роботи не допускають втрат інформації.

4. Враховуючи важливість інформаційних технологій в діяльності туристичних підприємств, туристична компанія «TEZ TOUR» також вирішила використовувати їх. В останні роки багато компаній створили сайти своїх підприємств, які являються цінними інструментами продажу в туризмі. Сайт являє собою web-сторінку підприємства у глобальній мережі Інтернет. TEZ TOUR також має власний сайт. Щодо доцільності впровадження інформаційних технологій, зокрема web-сайту, можа використати Google Analytics. Це багатofункціональний та зручний у використанні додаток, який не лише аналізує web-сайти, а також дає можливість переглянути те як відвідувачі використовують сайт, які розділи відвідують, та що найчастіше переглядають.

5. Для визначення ефективності використання інформаційних технологій туристична компанія TEZ TOUR використовує два методи: статистичний та метод прямого рахунку. Проведений аналіз сучасних інформаційних технологій, практики їх використання в діяльності туристичного підприємства доводить їх практичну цінність і доцільність.

6. На сьогоднішній день можна з впевненістю сказати, що перспективними напрямки використання інформаційних технологій в туристичній сфері виступають електронна комерція, віртуальні магазини і віртуальні туристичні бюро. Туристична компанія TEZ TOUR не так давно теж почала використовувати їх. Електронна комерція стала можливою відносно недавно з розвитком мережі Інтернет та електронних засобів платежу. Сутність електронної комерції полягає в тому, що споживач здійснює покупку в режимі реального часу не виходячи зі свого будинку. Туристична компанія TEZ TOUR має можливість створити інтернет-магазин, який здатний приймати платежі за турпослуги,

бронювати путівки, квитки, укладати договори з клієнтами, повідомляти їх про вільні місця, путівки та ін.

7. Таким чином, виявлення основних проблем туристичного комплексу вказує на доцільність розробки цільової програми розвитку інформаційних технологій у діяльності підприємств туристичної сфери, яка, у свою чергу, дасть можливість урахувати комплекс заходів щодо поліпшення діючої системи використання різноманітних видів інформаційних технологій та сприяти розвитку нових механізмів державного регулювання в цій сфері.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Атанасов, М. Вплив інформаційних технологій на розвиток підприємства [Текст] / М. Атанасов, О. Йона // Гармонізація суспільства – новітній напрямок розвитку держави : Всеукр. наук. конф. аспірантів та молодих вчених, 25 березня 2014 р. : матер. конф. — Одеса, ОНЕУ. — С. 54-61.
2. Кравчук М.С. Інформаційні технології в туристичному бізнесі: роль та призначення / М.С. Кравчук // Географія та туризм. - 2012.
3. Мельник А. В. Сучасні інформаційні технології: GPS-туризм та популяризація туристичної привабливості / А. В. Мельник // Збірник наукових праць Військового інституту Київського національного університету імені Тараса Шевченка. - 2013.
4. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теоретичні та практичні аспекти / С. В. Мельниченко // Вісник Запорізького національного університету. – 2010.
5. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика / С. В. Мельниченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 493 с.
6. Скопень М.М. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі / М.М. Скопень. – К.: Кондор, 2005. – 301 с.
7. Скопа О. О. Інформаційні технології у професійній діяльності фахівця [Текст] / О. О. Скопа // Наукові праці УДАЗ. — 2000.
8. Теслик, А. В. Інформаційні технології в туристичній діяльності / А. В. Теслик, О. В. Орлик // Інформатика та інформаційні технології. – 2015.

9. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: / Т.І. Ткаченко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 537 с.
10. Федоров О. Найновіші досягнення інформаційних технологій і туризм - нові виклики і можливості / О. Федоров, Ю. Афоніна // Наукові записки [Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка]. Сер. : Педагогічні науки. - 2012.
11. Шаховалов, Н. Н. Интернет-технологии в туризме [Текст] : учеб. пособ. / Н. Н. Шаховалов. — Барнаул : Издательство АлтГАКИ, 2007. — 251 с.
12. Туристична компанія “TEZ TOUR”. Офіційний сайт [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.teztour.ua/>
13. Google Analytics. Офіційний сайт [Електронний ресурс] // Режим доступу:
https://www.google.com.ua/intl/uk_ALL/analytics/index.html
14. Кучеренко К. В. Розвиток інформаційних технологій та їх запровадження у діяльність підприємств туристичної сфери [Електронний ресурс] // Режим доступу:
<http://cyberleninka.ru/article/n/rozvitok-informatsiynih-tehnologiy-ta-yih-zaprovadzhennya-u-diyalnist-pidpriemstv-turistichnoyi-sferi>
15. Кожухівська Р. Б. Інтернет-ресурси та їх вплив на туристичну сферу України [Електронний ресурс] // Режим доступу:
<http://dspace.udpu.org.ua:8080/jspui/bitstream/6789/769/1/internet.pdf>

ДОДАТКИ

Додаток 1



Додаток 2

