

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**Факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу
імені проф. В.Ф. Доценка
Кафедра туристичного та готельного бізнесу**

«До захисту в ЕК»

Декан факультету

(підпис)

«__» _____ 2025 р.

Віта ЦИРУЛЬНІКОВА

(ім'я та прізвище)

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

(підпис)

«__» _____ 2025 р.

Ірина МЕЛЬНИК

(ім'я та прізвище)

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА**

зі спеціальності _____ 242 «Туризм» _____
(шифр та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми _____ «Туризм» _____

на тему: «Інноваційні технології в операційній діяльності підприємства сфери туризму»

Виконала: здобувачка 4 курсу, групи ТУ-4-11

Шевчук Жанна Володимирівна

(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

_____ (підпис)

Керівник Мельник Ірина Леонідівна

(ім'я та прізвище)

_____ (підпис)

Рецензент Олександра НЕМІРІЧ

(ім'я та прізвище)

_____ (підпис)

Я, як здобувачка Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавала і не одержувала недозволеної допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Здобувачка

_____ (підпис)

Київ – 2025 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Факультет готельного-ресторанного та туристичного бізнесу імені проф.
В.Ф. Доценка

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність 242 «Туризм»

Освітньо-професійна програма Туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Ірина МЕЛЬНИК

(підпис)

«__» _____ 2025 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧКИ

Шевчук Жанни Володимирівни

(прізвище та ініціали)

1. Тема роботи «Інноваційні технології в операційній діяльності підприємства сфери туризму»

керівник роботи зав.кафедри, к.е.н., доц. Мельник Ірина Леонідівна
затверджені наказом закладу вищої освіти від «12»05.2025 року №267-КС

2. Строк подання здобувачем роботи «09»06.2025 року

3. Вихідні дані до роботи: законодавчі та нормативні акти України, статистичні дані Державної служби статистики України, фінансова звітність ТОВ «Джоін АП!», міжнародні звіти про розвиток туристичної індустрії, наукові праці вітчизняних та зарубіжних учених, матеріали спеціалізованих конференцій та семінарів з питань цифрової трансформації туризму.

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які необхідно розробити)

1. Сутність та значення інноваційних технологій в операційній діяльності туристичних підприємств

2. Світовий досвід впровадження інноваційних технологій в операційну діяльність підприємств сфери туризму

3. Організаційно-економічна характеристика та аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Джоін АП!»

4. Аналіз використання інноваційних технологій в операційній діяльності ТОВ «Джоін АП!» та SWOT-аналіз підприємства

5. Розробка пропозицій щодо впровадження інноваційних технологій в операційну діяльність ТОВ «Джоін АП!»

6. Економічне обґрунтування ефективності запропонованих інноваційних рішень для ТОВ «Джоін АП!»

5. Перелік графічного матеріалу: рисунків - 10, таблиць - 9, додатків - 1.

6. Консультування розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
I	Мельник І.Л., зав.кафедри		
II	Мельник І.Л., зав.кафедри		
III	Мельник І.Л., зав.кафедри		

7. Дата видачі завдання 10.03.2025 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання роботи	Термін виконання етапів роботи за планом	Виконання, % до етапу
1	Вибір і затвердження теми роботи	13.01.2025- 28.02.2025 рр.	100%
2	Оформлення і затвердження завдання на роботу	03.03.2025- 10.03.2025 рр.	100%
3	Вступ РОЗДІЛ 1 (теоретичний)	11.03.2025- 31.03.2025 рр.	100%
4	РОЗДІЛ 2 (аналітичний)	01.04.2025- 21.04.2025 рр.	100%
5	РОЗДІЛ 3 (рекомендаційний)	22.04.2025- 05.05.2025 рр.	100%
7	Висновки та пропозиції. Список використаних джерел. Додатки	06.05.2025- 23.05.2025 рр.	100%
8	Оформлення роботи за структурою, представлення кваліфікаційної роботи на кафедру та попередній захист у комісії	26.05.2025- 28.05.2025 рр.	100%
9	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	29.05.2025- 03.06.2025 р.	100%
10	Представлення готової зшитої кваліфікаційної роботи на кафедру	09.06.2025 р.	100%
11	Захист кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	11-13.06.2025 р.	100%

Здобувач

_____ (підпис)

Шевчук Ж.В.

_____ (прізвище та ініціали)

Керівник роботи

_____ (підпис)

Мельник І.Л.

_____ (прізвище та ініціали)

РЕЗІЮМЕ

на кваліфікаційну роботу

на тему:

«Інноваційні технології в операційній діяльності підприємства сфери туризму»

Кваліфікаційна робота складається з 58 сторінок. Кількість розділів - 3, рисунків - 10, таблиць - 9, додатків - 1.

Об'єктом дослідження є туристичне підприємство ТОВ «Джоін АП!»

Предметом кваліфікаційної роботи є теоретичні засади та практичні аспекти використання інноваційних технологій для оптимізації операційних процесів туристичних підприємств.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних основ та розробка практичних рекомендацій щодо впровадження інноваційних технологій в операційну діяльність підприємств сфери туризму на прикладі ТОВ «Джоін АП!».

У I розділі розглянуто теоретичні основи інноваційних технологій в операційній діяльності підприємств сфери туризму, їх сутність та значення, проаналізовано світовий досвід впровадження технологічних рішень у туристичній галузі.

У II розділі було проведено аналіз організаційно-економічної діяльності та використання інноваційних технологій у ТОВ «Джоін АП!», здійснено SWOT-аналіз підприємства, досліджено фінансово-господарську діяльність компанії.

У III розділі надано розробку пропозицій щодо впровадження інноваційних технологій в операційну діяльність ТОВ «Джоін АП!», проведено економічне обґрунтування ефективності запропонованих рішень.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: туристичне підприємство, операційна діяльність, інновації, інноваційні технології,

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ОПЕРАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ	9
1.1. Сутність та значення інноваційних технологій в операційній діяльності туристичних підприємств.....	9
1.2. Світовий досвід впровадження інноваційних технологій в операційну діяльність підприємств сфери туризму.....	16
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТОВ «ДЖОІН АП!»	24
2.1. Організаційно-економічна характеристика та аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Джоін АП!»	24
2.2. Аналіз використання інноваційних технологій в операційній діяльності ТОВ «Джоін АП!» та SWOT-аналіз підприємства	33
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ДЖОІН АП!» ШЛЯХОМ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	40
3.1. Розробка пропозицій щодо впровадження інноваційних технологій в операційну діяльність ТОВ «Джоін АП!»	40
3.2. Економічне обґрунтування ефективності запропонованих інноваційних рішень для ТОВ «Джоін АП!»	48
ВИСНОВКИ.....	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	54
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасна туристична індустрія переживає період кардинальних трансформацій, обумовлених стрімким розвитком інформаційних технологій та цифровізацією бізнес-процесів.

Впровадження інноваційних технологій у операційну діяльність туристичних підприємств стало не лише конкурентною перевагою, а й необхідною умовою їх виживання та розвитку на сучасному ринку. Зміна споживчих уподобань, підвищення вимог до якості обслуговування та швидкості надання послуг змушують туристичні компанії активно впроваджувати технологічні рішення для оптимізації операційних процесів.

Інноваційні технології в операційній діяльності туристичного бізнесу формують нову парадигму обслуговування, ефективного управління та сталого розвитку. Автоматизація бізнес-процесів, впровадження рішень на основі штучного інтелекту, аналіз масивів даних для вивчення та прогнозування потреб туристів допомагають підприємствам посилити свої позиції на ринку, що сприяє їх успішному функціонуванню та зростанню.

Метою роботи є дослідження теоретичних основ та розробка практичних рекомендацій щодо впровадження інноваційних технологій в операційну діяльність підприємств сфери туризму на прикладі ТОВ «Джоін АП!».

Для досягнення поставленої мети визначено наступні **завдання**:

- 1) проаналізувати сутність та значення інноваційних технологій в операційній діяльності туристичних підприємств;
- 2) дослідити світовий досвід впровадження технологічних рішень у туристичній галузі;
- 3) провести аналіз організаційно-економічної діяльності та використання інноваційних технологій у ТОВ «Джоін АП!», здійснити SWOT-аналіз підприємства;

4) розробити пропозиції щодо впровадження інноваційних технологій в операційну діяльність компанії;

5) провести економічне обґрунтування ефективності запропонованих рішень.

Об'єктом дослідження є процес впровадження інноваційних технологій в операційну діяльність підприємств туристичної сфери.

Предметом дослідження виступають теоретичні засади та практичні аспекти використання інноваційних технологій для оптимізації операційних процесів туристичних підприємств.

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження є сукупність загальнонаукових та спеціальних методів пізнання. Використано методи системного аналізу для дослідження структури операційної діяльності туристичних підприємств, статистичного аналізу для обробки фінансово-економічних показників, порівняльного аналізу для вивчення світового досвіду впровадження інноваційних технологій, SWOT-аналізу для оцінки сильних та слабких сторін підприємства, економіко-математичного моделювання для розрахунку ефективності запропонованих технологічних рішень.

Інформаційною базою дослідження слугували законодавчі та нормативні акти України, статистичні дані Державної служби статистики України, фінансова звітність ТОВ «Джоін АП!», міжнародні звіти про розвиток туристичної індустрії, наукові праці вітчизняних та зарубіжних учених, матеріали спеціалізованих конференцій та семінарів з питань цифрової трансформації туризму.

Практичне значення дослідження полягає в тому, що запропоновані напрямки вдосконалення операційної діяльності шляхом впровадження інноваційних технологій для ТОВ «Джоін-АП» є адаптованим інструментом стратегічного управління, який враховує сучасні тенденції туристичної галузі та специфіку вітчизняного ринку. Результати роботи можуть бути використані у практичній діяльності туристичної організації, а також слугувати прикладом

для інших підприємств сфери гостинності, які прагнуть вдосконалити свою операційну діяльність шляхом впровадження інноваційних технологій.

Структура кваліфікаційної роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 58 сторінок, включає 9 таблиць та 10 рисунків. Список використаних джерел налічує 35 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ОПЕРАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ

1.1. Сутність та значення інноваційних технологій в операційній діяльності туристичних підприємств

Сучасна туристична індустрія переживає період стрімких змін, які безпосередньо пов'язані з активним впровадженням інноваційних технологій в операційну діяльність підприємств. Під інноваційними технологіями в туристичній сфері розуміють новітні методи, засоби та підходи, що дозволяють підвищити ефективність роботи туристичних компаній, покращити якість обслуговування клієнтів та створити конкурентні переваги на ринку. Ці технології охоплюють широкий спектр рішень - від систем онлайн-бронювання та мобільних додатків до штучного інтелекту та великих даних [2]. Операційна діяльність туристичних підприємств включає всі процеси, пов'язані з наданням туристичних послуг, починаючи від планування турів і закінчуючи супроводом клієнтів під час подорожі. Впровадження інновацій у цю сферу дозволяє автоматизувати рутинні процеси, знизити витрати та підвищити швидкість обслуговування [14].

Значення інноваційних технологій для туристичних підприємств важко переоцінити, оскільки вони кардинально змінюють принципи роботи галузі (рис. 1.1).

Персоналізація туристичних послуг стала можливою завдяки сучасним системам аналізу даних, які ретельно вивчають поведінку кожного клієнта. Коли турист бронює подорож або шукає інформацію про тури, спеціальні програми запам'ятовують його вибір, улюблені напрямки, бюджет та тип відпочинку. Наприклад, якщо людина раніше обирала готелі біля моря з басейном та спа-послугами, система автоматично пропонуватиме їй схожі варіанти в майбутньому.

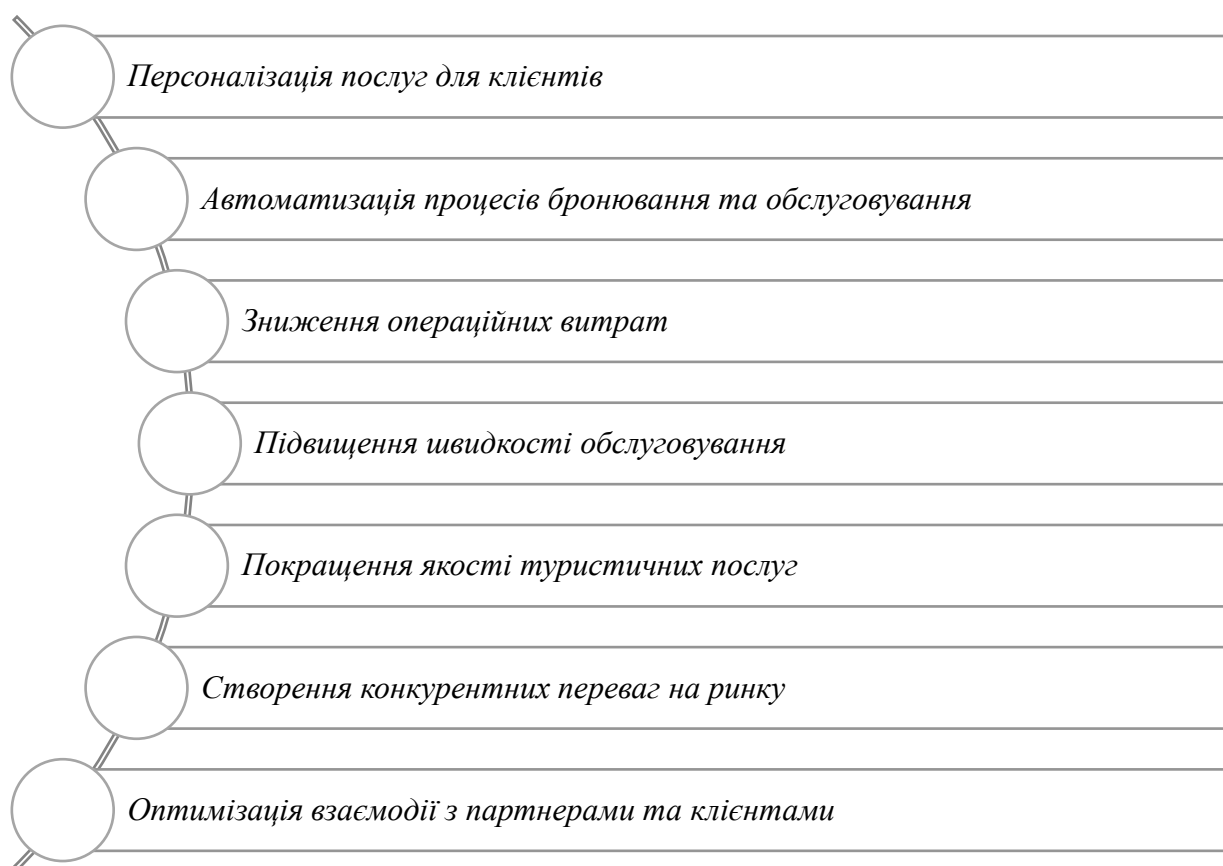


Рис. 1.1. Значення інноваційних технологій для туристичних підприємств

Системи управління відносинами з клієнтами працюють як розумні помічники, які ніколи не забувають уподобання туристів. Вони аналізують не тільки те, що людина купує, але й те, на що вона дивиться, скільки часу проводить на різних сторінках сайту, які питання задає консультантам. Завдяки цьому туристичні компанії можуть запропонувати кожному клієнту саме те, що йому подобається, ще до того, як він сам про це попросить [12].

Процес планування подорожей кардинально змінився завдяки інтегрованим цифровим платформам, які об'єднують всі необхідні сервіси в одному місці. Замість того, щоб телефонувати в різні готелі, авіакомпанії та туристичні агентства, людина може за кілька хвилин порівняти сотні варіантів на екрані свого комп'ютера або телефону. Ці платформи показують актуальні ціни, фотографії номерів, відгуки інших туристів та можливі знижки в режимі реального часу. Якщо вільних місць у готелі стає менше, система одразу

оновлює інформацію, а якщо з'являється спеціальна пропозиція, клієнт отримує сповіщення. Працівники туристичних агентств також отримали потужні інструменти для роботи - вони можуть миттєво знайти найкращий варіант для клієнта, порівняти умови різних постачальників та оформити всі документи в електронному вигляді, що значно економить час і зменшує кількість помилок [14].

Мобільні технології перетворили звичайний телефон на персонального туристичного помічника, який працює цілодобово. Під час подорожі турист може в будь-який момент зв'язатися зі своєю туристичною компанією через мобільний додаток, чат або месенджер. Якщо виникають проблеми з готелем, затримується рейс або потрібна допомога в незнайомому місті, служба підтримки може швидко надати необхідну інформацію або організувати вирішення проблеми. GPS-навігація допомагає не загубитися в новому місті, автоматичний переклад дозволяє спілкуватися з місцевими жителями, а додатки з інформацією про визначні пам'ятки роблять екскурсії більш цікавими та пізнавальними. Туристичні компанії можуть відстежувати, чи все гаразд з їхніми клієнтами, надсилати корисні поради про місцеві особливості та попереджати про можливі небезпеки або зміни в програмі туру [33].

Операційна ефективність туристичних підприємств суттєво підвищується завдяки автоматизації ключових бізнес-процесів. Системи управління ресурсами планування дозволяють оптимізувати завантаження готелів, транспорту та екскурсійних програм, мінімізуючи простой та максимізуючи прибуток. Технології штучного інтелекту [9] допомагають прогнозувати попит на різні види туристичних послуг, що дає можливість заздалегідь коригувати ціни та формувати оптимальні пропозиції. Чат-боти та віртуальні асистенти беруть на себе велику частину роботи з консультування клієнтів, відповідаючи на типові запитання та надаючи базову інформацію про тури. Це звільняє час співробітників для роботи з більш складними завданнями та індивідуальним обслуговуванням вимогливих клієнтів [21].

Цифрова трансформація операційних процесів відкриває нові можливості для збору та аналізу інформації про ринкові тенденції та поведінку споживачів. Великі дані дозволяють туристичним компаніям глибше розуміти потреби своєї цільової аудиторії, виявляти нові ніші та розробляти інноваційні туристичні продукти [34]. Аналітичні системи допомагають відстежувати ефективність маркетингових кампаній, оптимізувати канали збуту та підвищувати конверсію потенційних клієнтів у реальні продажі. Соціальні мережі та платформи відгуків стають цінним джерелом інформації для покращення якості послуг та формування репутації туристичного бренду. Технології також дозволяють швидко реагувати на зміни в зовнішньому середовищі, такі як погодні умови, політичні події або епідеміологічна ситуація [12].

Що цікаво, сучасні дослідження демонструють кардинальні зміни в пріоритетах туристів. Згідно з даними Звіту про розвиток світового туризму за 2021-2022 роки, 61% мандрівників планують зупинитися в екологічно відповідальних закладах розміщення принаймні раз протягом року. Ця тенденція підкреслює важливість інтеграції принципів сталого розвитку в операційну діяльність туристичних підприємств. Додатково, 83% туристів прагнуть зменшити споживання енергії під час подорожей, вимикаючи кондиціонери та освітлення у номерах, коли їх немає, а 79% віддають перевагу екологічно дружнім видам транспорту, таким як ходьба, велосипеди або громадський транспорт замість таксі чи орендованих автомобілів. Особливо вражає те, що 69% мандрівників готові компенсувати вуглецевий слід своїх подорожей або доплачувати за це, коли це можливо. На фоні прагнення до скорочення відходів та одноразових речей під час відпустки, 84% туристів намагаються робити більш усвідомлений вибір.

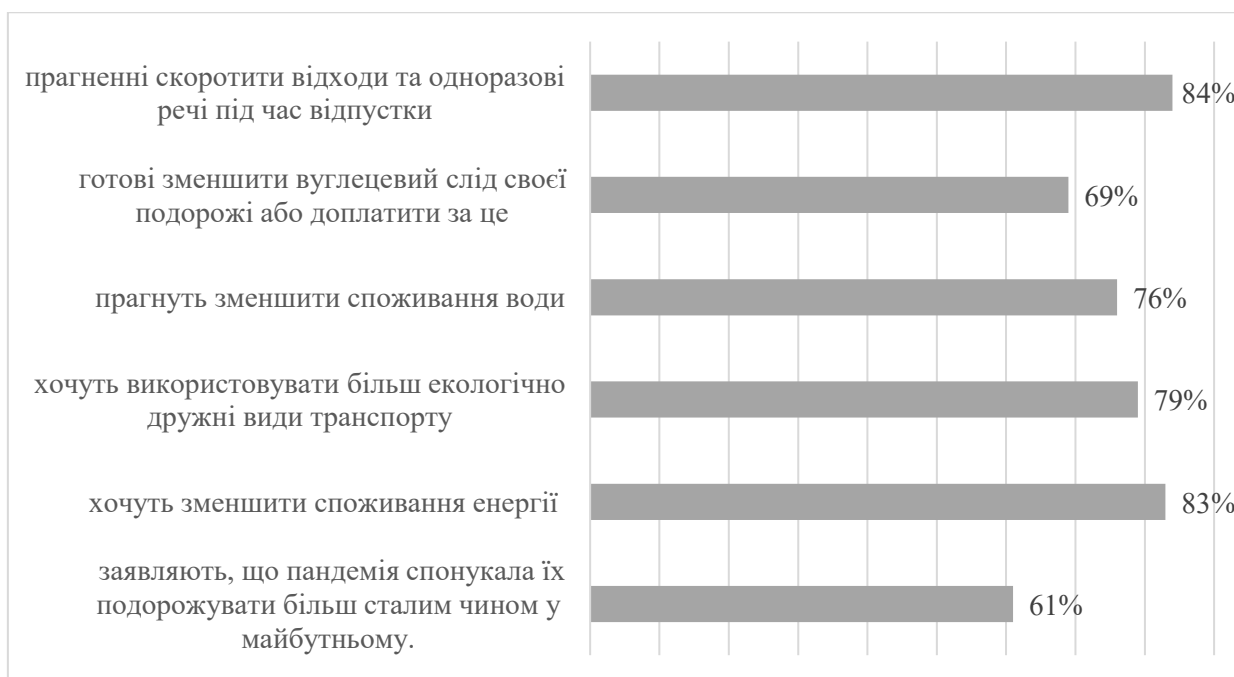


Рис. 1.2. Наміри опитаних мандрівників щодо сталих подорожей

Джерело: Звіт про сталі подорожі 2021

Ці дані свідчать про формування нової парадигми туристичного споживання, де технологічні рішення повинні не лише підвищувати ефективність операційних процесів, але й підтримувати екологічні та соціальні ініціативи, створюючи синергію між інноваціями та відповідальним туризмом.

Конкурентні переваги, які отримують туристичні підприємства від впровадження інноваційних технологій, виявляються в декількох ключових аспектах. Швидкість обслуговування значно зростає завдяки автоматизації процесів бронювання, оплати та оформлення документів [27]. Клієнти отримують можливість самостійно планувати свої подорожі в зручний для них час, не залежачи від графіка роботи туристичного агентства. Якість послуг покращується через можливість надання більш точної та актуальної інформації, персоналізованих рекомендацій та оперативної підтримки під час подорожі. Зниження операційних витрат досягається за рахунок автоматизації рутинних завдань, оптимізації використання ресурсів та скорочення паперового документообігу. Можливість швидкого масштабування бізнесу

без пропорційного збільшення штату співробітників робить туристичні компанії більш гнучкими та адаптивними до ринкових змін [5].

Що цікаво, пандемія COVID-19 стала каталізатором прискореного впровадження цифрових технологій у туристичній галузі (рис. 1.3).

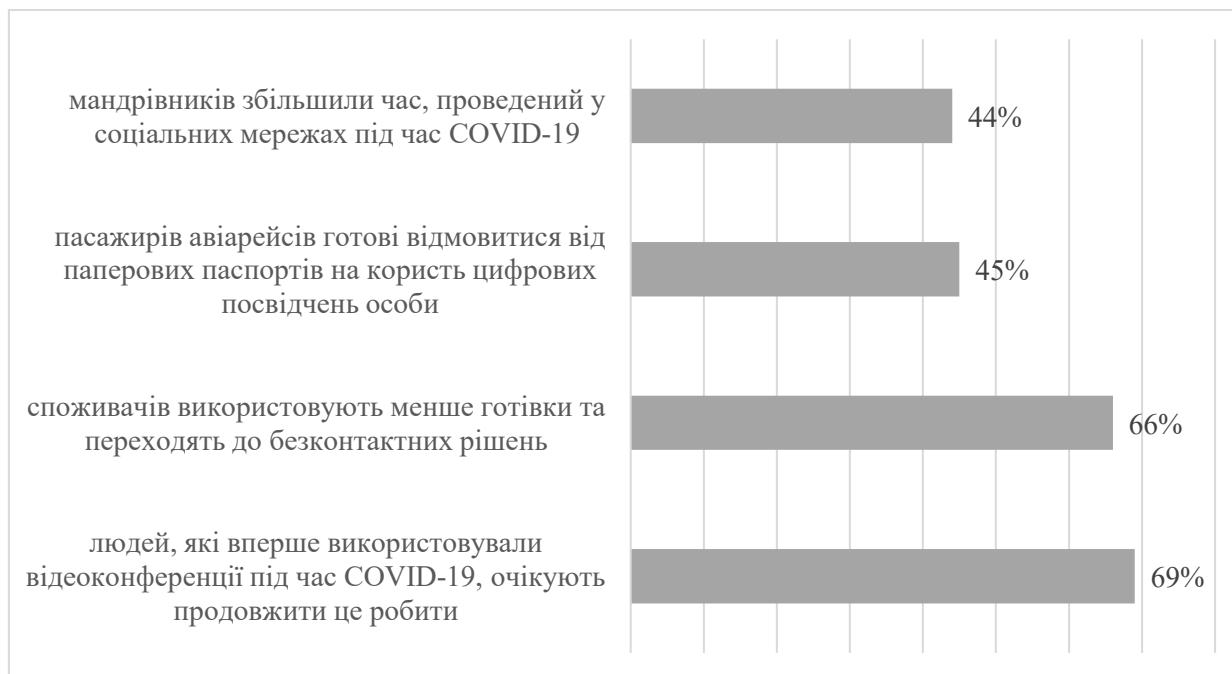


Рис. 1.3. Цифрові застосування після пандемії

Джерело: WTTC, To Recover & Beyond the Future of Travel & Tourism in the Wake of COVID-19, 2020

Дослідження показують, що 69% людей, які вперше використовували відеоконференції під час пандемії, планують продовжувати це робити, а 66% споживачів перейшли до безконтактних платіжних рішень. Особливо показовим є той факт, що 45% авіапасажирів готові відмовитися від паперових документів на користь цифрових посвідчень особи, що демонструє готовність до кардинальних змін у звичних процесах. Водночас, ці зміни вимагають серйозної адаптації галузі: 89% туристичних компаній визнають брак кваліфікованих кадрів основною перешкодою для впровадження нових технологій, а 33% мандрівників планують поєднувати віддалену роботу з подорожами. Важливо також враховувати цифровий розрив між розвиненими

та найменш розвиненими країнами, де лише 15% домогосподарств мають доступ до інтернету проти 84% у розвинених державах.

Інноваційні технології також кардинально змінюють способи взаємодії туристичних підприємств з партнерами та постачальниками послуг. Електронні платформи B2B дозволяють швидко знаходити та підключати нових партнерів, порівнювати умови співпраці та автоматизувати процеси взаєморозрахунків [12]. Інтеграція з системами авіакомпаній, готельних мереж та інших постачальників туристичних послуг забезпечує доступ до актуальної інформації про наявність місць, ціни та спеціальні пропозиції в режимі реального часу. Це дозволяє туристичним агентствам швидко реагувати на зміни ринкової ситуації та пропонувати клієнтам найкращі варіанти за поточними цінами. Блокчейн-технології починають використовуватися для забезпечення прозорості та безпеки транзакцій, особливо в міжнародному туризмі, де важливо гарантувати захист персональних даних та фінансових операцій [14].

Перспективи розвитку інноваційних технологій в туристичній галузі пов'язані з подальшим впровадженням штучного інтелекту, доповненої та віртуальної реальності, інтернету речей та інших передових рішень [15]. Віртуальні тури дозволяють потенційним клієнтам заздалегідь познайомитися з готелями та туристичними об'єктами, що підвищує впевненість у виборі та знижує кількість скарг після подорожі. Розумні готелі з системами автоматичного управління освітленням, температурою та іншими параметрами створюють більш комфортні умови для проживання. Носимі пристрої та мобільні додатки з функціями навігації та перекладу роблять подорожі більш безпечними та зручними, особливо для туристів, які вперше відвідують певну країну. Всі ці технологічні інновації формують нову екосистему туристичної індустрії, де центральне місце займає клієнт з його індивідуальними потребами та очікуваннями [21].

1.2. Світовий досвід впровадження інноваційних технологій в операційну діяльність підприємств сфери туризму

Європейський досвід впровадження інноваційних технологій в туристичну галузь демонструє найбільш прогресивні підходи до цифрової трансформації операційної діяльності (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Світовий досвід впровадження інноваційних технологій в туризмі

Регіон/Країни	Впроваджені технології
Європа (Німеччина, Франція, Скандинавія)	Штучний інтелект для персоналізації, розумні готелі, безпечні платіжні платформи, доповнена реальність для екскурсій
Азія (Японія, Корея, Сінгапур, Китай)	Автоматичний переклад, роботи-консьєржі, цифрові туристичні картки, розумне місто, обробка великих даних
США	Венчурні інвестиції в стартапи, машинне навчання, блокчейн для лояльності, інтернет речей в готелях
Австралія та Нова Зеландія	GPS-моніторинг екосистем, додатки для активного відпочинку, дронів панорами, розумне управління ресурсами
Близький Схід (ОАЕ, Катар)	Біометрична ідентифікація, розпізнавання обличчя, віртуальна реальність, персональний ШІ-консьєрж
Латинська Америка (Бразилія, Мексика, Аргентина)	Мобільні платформи офлайн, безготівкові платежі, доповнена реальність для винних турів, GPS-безпека
Африка (ПАР, Кенія, Марокко, Єгипет)	Дронове спостереження за тваринами, ідентифікація фауни, віртуальні археологічні тури, супутниковий зв'язок

Європейські технологічні досягнення у туристичній сфері вражають своєю різноманітністю та глибиною впровадження. Німецькі компанії створили справжні цифрові портрети туристів, збираючи інформацію не тільки про їхні поїздки, але й про час, який вони проводять на сайтах готелів, які фотографії їм подобаються, в які дні тижня вони найчастіше планують відпустки та навіть які погодні умови обирають для подорожей [28]. Ці алгоритми працюють настільки точно, що можуть передбачити бажання клієнта ще до того, як він сам усвідомить, куди хоче поїхати. Французькі готельєри перетворили звичайні номери на персональні розумні простори, де кожен гість може створити власну атмосферу - від теплої романтичного освітлення для пари до яскравого денного світла для бізнес-мандрівника, який

працює з ноутбуком [16, с. 226-227]. Системи навіть запам'ятовують улюблені налаштування постійних клієнтів та автоматично встановлюють їх при заселенні. Скандинавські країни розробили революційні системи захисту даних, які використовують складні методи шифрування та багаторівневу аутентифікацію, щоб гарантувати, що особиста інформація туристів залишається конфіденційною навіть при міжнародних переказах коштів.

Іспанські та італійські технологічні рішення дозволили оживити давню історію та зробити її доступною для сучасних туристів у абсолютно новому форматі. Відвідувачі римського Колізею можуть через спеціальні окуляри побачити, як відбувалися гладіаторські бої, почути крики натовпу та навіть відчутти атмосферу тих часів. Туристи в іспанських музеях можуть детально розглянути картини великих майстрів, наводячи телефон на полотно - додаток розповідає історію створення картини, біографію художника та пояснює символічне значення кожного елементу зображення. Ці технології особливо корисні для сімей з дітьми, оскільки перетворюють звичайну екскурсію на захоплюючу пригоду, де можна не тільки дивитися, але й взаємодіяти з історичними об'єктами. Венеціанські гондольєри використовують спеціальні додатки, які розповідають туристам легенди про кожен палац, повз який вони пропливають, а флорентійські гіді можуть показати, як виглядало місто в епоху Ренесансу, просто навівши планшет на сучасну вулицю.

Азіатські країни перетворили свої міста на справжні технологічні лабораторії для туристів, де кожен елемент подорожі пронизаний інноваціями. Японія стала справжнім піонером у вирішенні мовної проблеми - їхні системи перекладу працюють настільки досконало, що іноземці можуть легко замовити їжу в ресторані, купити квитки або запитати дорогу, просто говорячи у свій телефон рідною мовою. Роботи-консьєржі в японських готелях виглядають як персонажі з фантастичних фільмів, але працюють як справжні професіонали - вони запам'ятовують уподобання гостей, допомагають забронювати столик у популярному ресторані та навіть можуть розповісти цікаві факти про місцеві визначні пам'ятки. Південна Корея розробила

унікальну туристичну картку, яка працює як універсальний ключ до всіх розваг країни - одним дотиком можна проїхати в метро, відвідати музей, поїсти в ресторані або купити сувеніри, а всі витрати автоматично списуються з одного рахунку [8, с. 22-25].

Сінгапур створив справжнє розумне місто для туристів, де кожен крок мандрівника супроводжується корисними підказками та рекомендаціями. Інтерактивні карти не просто показують дорогу, а пропонують найцікавіші маршрути залежно від часу дня, погоди та особистих інтересів туриста. Якщо наближається дощ, система автоматично пропонує критий торговельний центр або музей поруч, а якщо людина любить фотографувати, додаток підказує найкращі місця для зйомок у певний час доби. Китайські технологічні гіганти розробили платформи, які можуть одночасно обробляти запити від мільйонів користувачів, аналізуючи ціни на готелі, авіаквитки та екскурсії в режимі реального часу. Ці системи працюють настільки швидко, що турист може за кілька секунд порівняти тисячі варіантів подорожі та отримати персональні рекомендації, які враховують його бюджет, уподобання та навіть погодні умови в місці призначення.

Американська туристична індустрія стала справжньою кузницею технологічних інновацій завдяки унікальній культурі венчурного інвестування та підприємництва. Силіконова долина перетворилася на головний центр розробки туристичних технологій, де молоді стартапи отримують мільйони доларів на втілення революційних ідей у сфері подорожей. Гіганти онлайн-бронювання, такі як Експедіа та Букінг, інвестували мільярди доларів у створення найпотужніших алгоритмів машинного навчання, які вивчають поведінку кожного користувача до найменших деталей - скільки часу він проводить на сторінці готелю, які фотографії переглядає найдовше, в який час дня найчастіше здійснює бронювання [27]. Ці системи настільки розумні, що можуть передбачити, коли людина планує наступну подорож, ще до того, як вона сама про це подумає. Американські авіакомпанії стали піонерами у використанні блокчейн-технологій для створення абсолютно прозорих

програм лояльності, де кожна нарахована миля та кожна витрачена бонусна відмітка записується в незмінюваний цифровий реєстр, що повністю виключає можливість шахрайства або помилок в обліку [35, с. 236-239].

Готельні мережі США перетворили звичайні номери на розумні екосистеми, де інтернет речей працює як невидимий консьєрж. Спеціальні датчики аналізують температуру тіла гостя, рівень освітлення в кімнаті та навіть його емоційний стан за тоном голосу, автоматично налаштовуючи кондиціонер, приглушуючи або посилюючи світло та вмикаючи релаксуючу музику. Круїзні компанії розробили унікальні мобільні додатки, які перетворюють величезні кораблі на простори з легкою навігацією - пасажери можуть прокласти маршрут до будь-якого ресторану або розважального комплексу, забронювати столик на вечерю та навіть замовити коктейль, який буде готовий саме в той момент, коли вони підйдуть до бару. Каліфорнійські технологічні компанії створили соціальні мережі для мандрівників, де люди діляться не просто фотографіями, а повним досвідом подорожі - від рекомендацій щодо найкращих місць для фотосесій до порад про те, як уникнути черг у популярних музеях, створюючи величезну базу знань реальних туристів для майбутніх подорожей [35].

Австралія та Нова Зеландія стали світовими лідерами у поєднанні сучасних технологій з охороною природи, створюючи унікальний досвід екологічного туризму. Австралійські національні парки працюють як високотехнологічні заповідники, де кожен турист має спеціальний GPS-трекер, який допомагає контролювати кількість відвідувачів у кожній зоні парку. Якщо в якомусь районі збирається занадто багато людей, система автоматично перенаправляє нових туристів на менш завантажені маршрути, щоб не порушувати життя диких тварин та не псувати рослинність. Ці технології також працюють як персональний охоронець для кожного мандрівника - якщо хтось заблукав або потрапив у небезпечну зону з отруйними зміями чи крокодилами, служба порятунку миттєво отримує сигнал тривоги. Новозеландські гірські курорти розробили спеціальні

мобільні додатки, які працюють як розумний гірський гід - вони показують актуальну погоду на кожній висоті, попереджають про лавини або зсуви, підказують найбезпечніші маршрути для походів та надають поради щодо необхідного спорядження [24].

Обидві країни активно використовують безпілотні дрони не тільки для створення вражаючих відеороликів про свої природні красоти, але й для постійного моніторингу стану екосистем. Ці літальні апарати відстежують міграцію китів, контролюють здоров'я коралових рифів, рахують популяції рідкісних птахів та виявляють незаконне браконьєрство. Австралійські еко-готелі перетворилися на справжні зелені оази, де розумні системи автоматично регулюють споживання води та електроенергії залежно від кількості гостей, погодних умов та часу доби. Туристи можуть через мобільний додаток бачити, скільки води та енергії вони економлять, що робить їх більш свідомими споживачами. Місцеві туроператори створили інтерактивні освітні програми, які навчають відвідувачів розпізнавати різні види тварин та рослин, пояснюють важливість збереження природи та показують, як кожна людина може допомогти захистити унікальні екосистеми цих країн.

Близький Схід перетворився на справжню технологічну вітрину для найзаможніших туристів світу, де кожна деталь сервісу продумана до дрібниць [31]. Дубайські п'ятизіркові готелі працюють як футуристичні комплекси, де гості можуть просто підійти до дверей номера, і система автоматично розпізнає їхнє обличчя або відбиток пальця, відкриваючи двері без будь-яких ключів. У ресторанах та магазинах готелю можна робити покупки, просто показавши долоню спеціальному сканеру - всі витрати автоматично списуються з рахунку, а гість отримує детальний звіт про свої покупки на телефон. Катарські аеропорти стали еталоном швидкості та зручності - туристи проходять паспортний контроль за лічені секунди, оскільки камери миттєво розпізнають їхнє обличчя та перевіряють всі дані в міжнародних базах. Штучний інтелект аналізує поведінку пасажирів та може виявити підозрілу активність [22], що робить подорожі максимально

безпечними. Системи віртуальної реальності в готелях дозволяють гостям відвідати піраміди Єгипту або прогулятися майбутніми кварталами Дубая, не виходячи з номера, що особливо цінують бізнесмени з обмеженим часом [31].

Персональні цифрові консьєржі стали справжнім проривом у сфері індивідуального обслуговування, працюючи як розумні помічники, які знають все про уподобання кожного гостя. Ці додатки вивчають звички туриста протягом перших годин перебування та починають пропонувати персональні рекомендації - від ресторанів з улюбленою кухнею до спа-процедур, які підходять конкретній людині. Якщо гість любить вранішні пробіжки, система автоматично прокладає найкращий маршрут з урахуванням погоди та рівня забруднення повітря. Розумні транспортні системи працюють як єдина мережа, де турист може однією командою викликати преміум-таксі до готелю, забронювати місце в вертольоті для огляду міста та замовити яхту для вечірньої прогулянки. Всі транспортні засоби обладнані системами клімат-контролю, які автоматично налаштовуються під уподобання пасажира, а водії отримують детальну інформацію про маршрут та особливі побажання клієнта ще до його посадки в автомобіль [22].

Латиноамериканські країни, зокрема Бразилія, Мексика та Аргентина, зосередилися на використанні мобільних технологій для подолання інфраструктурних обмежень та розширення доступу до туристичних послуг. Бразильські компанії розробили мобільні платформи для бронювання економічного житла та місцевих турів, які працюють навіть при поганому інтернет-з'єднанні. Мексиканські туроператори впровадили системи мобільних платежів, які дозволяють туристам здійснювати покупки без необхідності обміну валют. Аргентинські винні тури використовують технології доповненої реальності для навчання відвідувачів процесу виробництва вина та дегустаційних технік. Колумбійські екотуристичні компанії застосовують GPS-технології та супутниковий зв'язок для забезпечення безпеки туристів у віддалених природних районах. Перуанські археологічні комплекси впровадили інтерактивні аудіогіди з функціями

розпізнавання місцезнаходження, які автоматично надають відповідну інформацію про кожен об'єкт.

Африканський континент створив унікальну модель технологічного туризму, де найсучасніші інновації служать збереженню та популяризації автентичної культури та природи. Південноафриканські сафарі стали справжніми високотехнологічними експедиціями, де туристи можуть спостерігати за левами, слонами та носорогами через спеціальні дрони, які літають на безпечній відстані та передають зображення високої якості на екрани в джипах. Системи нічного бачення дозволяють побачити нічне життя африканської саванни без використання яскравих прожекторів, які могли б налякати тварин або порушити їх природні ритми. Кенійські та танзанійські національні парки розробили революційні мобільні додатки, які працюють як персональні зоологи - турист може сфотографувати будь-яку тварину або птаха, і програма миттєво розпізнає вид, розповість цікаві факти про її поведінку, раціон та місце в екосистемі. Ці технології особливо корисні для освітнього туризму, оскільки допомагають дітям та дорослим краще зрозуміти складність та красу африканської природи, а також усвідомити важливість її збереження для майбутніх поколінь [23].

Культурний туризм в Африці отримав нове життя завдяки технологіям, які допомагають зберегти та передати багатовікові традиції. Марокканські готелі в старовинних районах міст створили унікальне поєднання сучасності та історії - гості можуть забронювати номер через мобільний додаток, але при цьому жити в автентичному ріді з традиційними килимами, керамікою та архітектурою. Єгипетські музеї перетворили археологічні знахідки на живі історії - відвідувачі можуть надіти VR-окуляри та опинитися всередині гробниці фараона в той момент, коли вона тільки була побудована, побачити яскраві розписи на стінах та золоті скарби в їх первісному блиску. Туніські платформи культурного туризму працюють як цифрові провідники до справжньої північноафриканської культури, допомагаючи туристам знайти майстерні, де досі виготовляють килими за старовинними технологіями, або

ресторани, де готують за рецептами, що передаються з покоління в покоління. Ефіопські гірські експедиції обладнані найсучаснішими системами безпеки, включаючи супутниковий зв'язок та GPS-трекери, що дозволяє любителям екстремального туризму безпечно досліджувати одні з найвищих та найнебезпечніших гірських вершин Африки [4].

Отже, дослідження теоретичних основ інноваційних технологій в операційній діяльності підприємств сфери туризму показало, що сучасна туристична індустрія переживає справжню технологічну революцію, яка кардинально змінює принципи роботи галузі. Інноваційні технології стали невід'ємною частиною операційної діяльності туристичних підприємств, забезпечуючи персоналізацію послуг, автоматизацію процесів, підвищення швидкості обслуговування та створення конкурентних переваг. Аналіз світового досвіду впровадження технологічних рішень виявив різноманітні підходи різних регіонів - від європейських систем штучного інтелекту та розумних готелів до азіатських роботів-консьєржів та американських венчурних інвестицій у туристичні стартапи. Кожен регіон світу розвиває власні унікальні технологічні рішення, враховуючи місцеві особливості та потреби туристів. Встановлено, що впровадження інноваційних технологій дозволяє туристичним підприємствам значно підвищити операційну ефективність, знизити витрати, покращити якість обслуговування клієнтів та забезпечити стійкі конкурентні позиції на ринку [14].

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТОВ «ДЖОІН АП!»

2.1. Організаційно-економічна характеристика та аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Джоін Ап!»

Товариство з обмеженою відповідальністю «Джоін-Ап!» зареєстроване в Єдиному державному реєстрі 10 червня 2019 року. Повна назва українською мовою - Товариство з обмеженою відповідальністю «Джоін-Ап!», скорочена назва - ТОВ «Джоін-Ап!». Компанія розташована за адресою: 02121, місто Київ, вулиця Харківське шосе, будинок 201-203-А. Адміністративно підприємство належить до Дарницького району міста Києва та підпорядковується місцевим органам виконавчої влади [29].

Таблиця 2.1

Загальна інформація про ТОВ «Джоін-АП!»

Повна назва	Товариство з обмеженою відповідальністю «Джоін-Ап!»
Скорочена назва	ТОВ «Джоін-АП!»
Назва англійською	Limited Liability Company «Join-Up!»
Код ЄДРПОУ	43051357
Дата реєстрації	10.06.2019
Адреса	02121, місто Київ, вул. Харківське Шосе, буд. 201-203-А
Організаційно-правова форма	Товариство з обмеженою відповідальністю
Керівник	Сєроухов Дмитро Геннадійович
Основний вид діяльності	79.12 Діяльність туристичних операторів

Джерело: складено автором на основі [29; 30; 32].

За організаційно-правовою формою підприємство є товариством з обмеженою відповідальністю, що працює на основі приватної форми власності. Статутний капітал компанії становить 1000 гривень. Засновником підприємства виступає ТОВ «Ап Фемелі Холдинг Юей» з кодом ЄДРПОУ 44684117, яке володіє 100% статутного капіталу. Кінцевим бенефіціаром

компанії є громадянин України Альба Владислав Юрійович, який має непрямий вирішальний вплив на діяльність підприємства. Варто зазначити, що підприємство працює на основі Статуту та інших установчих документів, які зареєстровані відповідно до законодавства України.

Основним видом діяльності ТОВ «Джоін-Ап!» є Діяльність туристичних операторів. Для здійснення такої діяльності компанія отримала відповідну ліцензію, яка надає право на організацію туристичних подорожей, формування туристичних продуктів, реалізацію путівок, забезпечення розміщення туристів, транспортного обслуговування та інших супутніх послуг.

Перелік основних послуг ТОВ «Джоін-Ап!» включає:

- 1) організацію туристичних подорожей по Україні та за кордон; продаж авіаквитків;
- 2) бронювання готелів;
- 3) організацію трансферів;
- 4) оформлення страхових полісів для подорожуючих;
- 5) допомогу в оформленні візових документів.

До додаткових послуг компанії можна віднести:

- 1) організацію корпоративних подорожей;
- 2) розробку індивідуальних туристичних маршрутів;
- 3) організацію ділових поїздок;
- 4) проведення виїзних заходів;
- 5) консультаційні послуги щодо особливостей відпочинку в різних країнах.

Організаційна структура ТОВ «Джоін-АП!» побудована за функціонально-лінійним принципом, що характерно для більшості сучасних туристичних підприємств. Компанія має головний офіс у Києві та 4 філії у великих містах України: Одесі, Львові, Дніпрі та Харкові. Кожен підрозділ виконує специфічні функції, але всі вони підпорядковуються єдиному керівництву. На вершині організаційної структури знаходиться генеральний директор – Сероухов Дмитро Геннадійович, який відповідає за стратегічний

розвиток компанії, прийняття ключових управлінських рішень та координацію роботи всіх підрозділів. Перевагами такої структури є чіткий розподіл обов'язків, швидкість прийняття рішень та можливість оперативного реагування на зміни ринку. Проте є і недоліки: обмежена гнучкість, надмірна централізація, що може уповільнювати процес прийняття рішень в регіональних відділеннях [21].

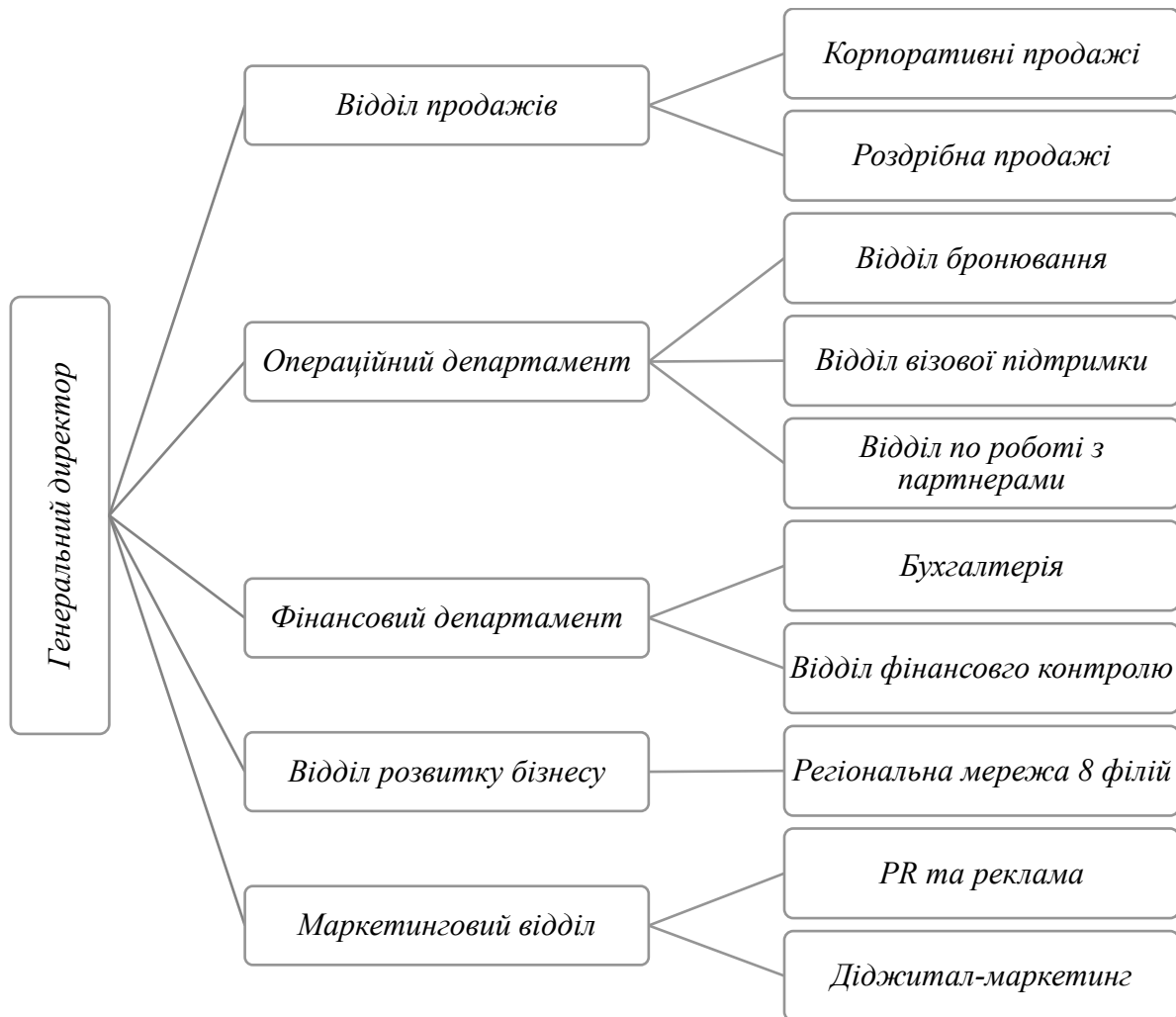


Рис. 2.1. Організаційна структура ТОВ «Джоін Ап!»

Джерело: складено автором на основі [29; 30; 32].

Середній рівень управління представлений керівниками функціональних відділів: відділу продажів, відділу маркетингу, бухгалтерії, відділу туристичного обслуговування, відділу бронювання та ІТ-відділу. Кожен з цих відділів виконує свої специфічні функції. Відділ продажів відповідає за роботу з клієнтами, формування пропозицій та укладання

договорів. Маркетинговий відділ займається дослідженням ринку, розробкою рекламних кампаній та просуванням туристичних продуктів. Бухгалтерія відповідає за фінансовий облік, нарахування заробітної плати та податкову звітність. Відділ туристичного обслуговування розробляє програми турів, взаємодіє з партнерами та забезпечує високу якість послуг. Відділ бронювання займається резервуванням місць у готелях, придбанням авіаквитків та оформленням необхідних документів. ІТ-відділ забезпечує безперебійну роботу інформаційних систем, оновлення сайту та технічну підтримку [30].

Низовий рівень управління представлений керівниками регіональних філій, які координують роботу представництв в Одесі, Львові, Дніпрі та Харкові. У кожній філії працюють менеджери з продажу, які безпосередньо взаємодіють з клієнтами, надають консультації та оформляють документи. Такий розподіл дозволяє ефективно організувати роботу з клієнтами в різних регіонах України, враховуючи місцеві особливості та потреби. Керівники філій підпорядковуються безпосередньо генеральному директору, що забезпечує єдиний підхід до управління та дотримання корпоративних стандартів обслуговування.

Аналіз структури трудового потенціалу ТОВ «Джоін-АП!» показує значні зміни за період 2022-2024 років (рис. 2.2). Різке зростання чисельності персоналу ТОВ «Джоін-АП!» з 11 у 2023 році до 139 осіб у 2024 році відбулося через масштабування бізнес-операцій компанії, що включало розширення географічного покриття послуг, диверсифікацію туристичного продукту, створення багаторівневої організаційної структури з відокремленими департаментами продажів, маркетингу та операційної діяльності, а також активне впровадження цифрових технологій та онлайн-платформ, що потребувало залучення ІТ-спеціалістів, менеджерів з різних напрямків та технічного персоналу для забезпечення повноцінного функціонування туристичного бізнесу на конкурентному ринку.

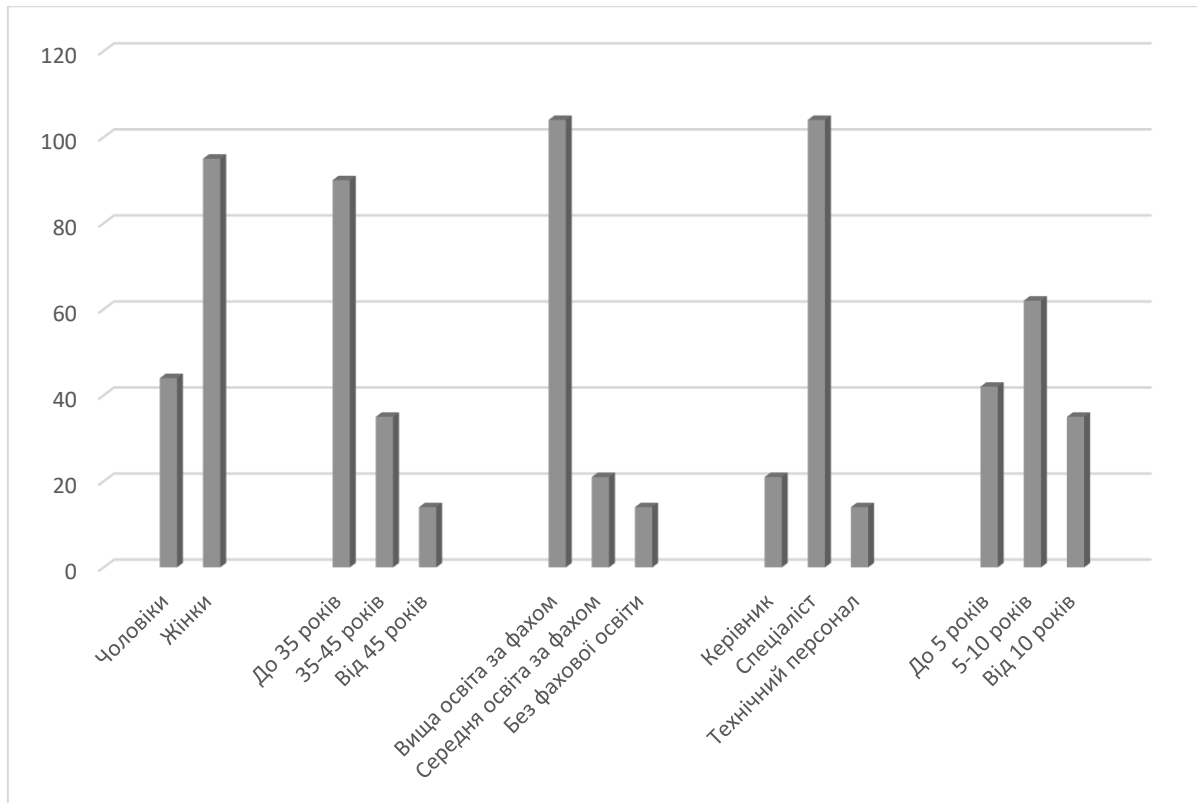


Рис.2.2. Якісний склад персоналу ТОВ «Джоїн АП!»

Джерело: складено автором на основі [29; 30; 32].

За статевою ознакою в колективі переважають жінки (68%), що є характерним для туристичної галузі. Вікова структура персоналу демонструє перевагу молодих спеціалістів: 65% працівників віком до 35 років, 25% - від 35 до 45 років, і лише 10% старші 45 років. Такий розподіл сприяє впровадженню інноваційних підходів та швидкій адаптації до змін ринку.

Аналіз продуктивності праці демонструє позитивну динаміку: у 2022 році продуктивність праці в вартісному виразі складала 15,2 тис. грн на особу, у 2023 році - 895,7 тис. грн на особу, а у 2024 році - 128,4 тис. грн на особу. Значне зростання у 2023 році пояснюється стрімким збільшенням доходів при відносно невеликій кількості персоналу (11 осіб), а зниження у 2024 році пов'язане з суттєвим розширенням штату (до 139 осіб) та витратами на навчання нових працівників.

Таблиця 2.3

Аналіз використання трудових ресурсів ТОВ «Джоін АП!»

Показники	Попередній період	Звітний період	Відхилення	
	2023 рік	2024 рік	Абсолютне, (+/-)	Відносне, (%)
Середньооблікова чисельність персоналу, осіб	11	139	128	1163,6
Дохід від реалізації послуг, тис.грн	9 852,4	17 850,4	7 998,0	81,2
Кількість обслугованих клієнтів, осіб	235 073	251 286	16 213	9,3
Продуктивність праці в вартісному виразі, тис.грн. / особу	895,7	128,4	-767,3	-85,7
Продуктивність праці в натуральному виразі, клієнтів / особу	21370,0	1808,0	-19562,0	-91,5

Джерело: складено автором на основі [29; 30; 32].

Показники плинності кадрів у ТОВ «Джоін-АП!» характеризуються певною нестабільністю (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Аналіз кадрового потенціалу досліджуваного ТОВ «Джоін-АП!»

Показники	Попередній період	Звітний період	Відхилення	
	2023 рік	2024 рік	Абсолютне, (+/-)	Відносне, (%)
Чисельність працівників	11	139	128	1163,6
Звільнено	2	17	15	750,0
Прийнято	12	145	133	1108,3
Коефіцієнт з вибуття (Ков)	0,18	0,12	-0,06	-33,3
Коефіцієнт обороту кадрів по прийому (Коп)	1,09	1,04	-0,05	-4,6
Коефіцієнт плинності кадрів (Кпл)	0,18	0,12	-0,06	-33,3

Джерело: складено автором на основі [29; 30; 32].

Коефіцієнт плинності у 2023 році становив 18%, що є доволі високим показником для галузі. Проте у 2024 році цей показник знизився до 12%, що свідчить про поліпшення кадрової політики компанії. Основними причинами

звільнення працівників є невідповідність очікувань реальним умовам праці, стресовий характер роботи та сезонні коливання в туристичній галузі. Для зниження плинності кадрів керівництво компанії впроваджує програми розвитку персоналу, покращує умови праці та вдосконалює систему мотивації. Організаційна культура ТОВ «Джоін-АП!» базується на цінностях клієнтоорієнтованості, професіоналізму та командної роботи. В компанії розроблені корпоративні стандарти обслуговування клієнтів, етичний кодекс та система наставництва. Переважаючий стиль керівництва можна охарактеризувати як демократичний з елементами авторитарного в кризових ситуаціях. Виробничі конфлікти вирішуються шляхом переговорів та пошуку компромісних рішень, що сприяє формуванню здорового психологічного клімату в колективі.

Аналізуючи фінансові показники ТОВ «Джоін-АП!», можна відзначити суттєве зростання чистого доходу від реалізації продукції (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Аналіз основних економічних показників діяльності підприємства

Показники	Попередній період	Звітний період	Відхилення	
	2023 рік	2024 рік	Абсолютне, (+/-)	Відносне, (%)
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	9 852,4	17 850,4	7 998,0	81,2
Інші операційні доходи, тис.грн	4 601,9	119 843,50	115 241,6	2 504,2
Інші операційні витрати, тис.грн	71 064,1	372 063,0	300 998,9	423,6
Інші доходи, тис.грн	2 138,0	1 585,8	-552,2	-25,8
Інші витрати, тис.грн	0,0	1 993,4	1 993,4	100,0
Разом доходи, тис.грн.	16 592,3	139 279,7	122 687,4	739,4
Разом витрати, тис.грн.	71 064,10	374 056,40	302 992,3	426,4
Фінансовий результат до оподаткування, тис.грн.	-54 471,8	-234 776,7	-180 304,9	331,0
Витрати (дохід) з податку на прибуток, тис.грн	735,8	0,0	-735,8	-100,0
Чистий фінансовий результат: прибуток / збиток, тис.грн	-55 207,6	-234 776,7	-179 569,1	325,3

Джерело: складено автором на основі [29; 30; 32].

У 2023 році цей показник становив 9 852,40 тис. грн, а у 2024 році зріс до 17 850,40 тис. грн. Абсолютне відхилення склало +7 998,00 тис. грн, що у відносному вираженні становить +81,2%. Це свідчить про розширення діяльності компанії та збільшення обсягів реалізації туристичних послуг. Особливо значне зростання спостерігається в категорії інших операційних доходів — з 4 601,90 тис. грн у попередньому періоді до 119 843,50 тис. грн у звітному періоді. Абсолютне відхилення становить +115 241,60 тис. грн, або +2 504,2%. Таке зростання може бути пов'язане з розширенням додаткових послуг, які надає туристична компанія, або з отриманням субсидій, компенсацій чи інших доходів від операційної діяльності.

Щодо витратної частини, то в компанії спостерігається значне збільшення операційних витрат. У 2023 році інші операційні витрати склали 71 064,10 тис. грн, а у 2024 році вони зросли до 372 063,00 тис. грн. Абсолютне відхилення становить +300 998,90 тис. грн, або +423,6%. Таке стрімке зростання операційних витрат пов'язане з розширенням діяльності компанії, збільшенням штату працівників (з 11 до 139 осіб) та відкриттям нових філій у різних містах України. Також з'явилися інші витрати у розмірі 1 993,40 тис. грн, яких не було у попередньому періоді. Розмір загальних доходів та витрат представлено на рис.2.3. Через таке значне зростання витрат, фінансовий результат від операційної діяльності залишається від'ємним і навіть погіршився порівняно з попереднім періодом. У 2023 році операційний збиток становив 56 609,80 тис. грн, а у 2024 році — 234 369,10 тис. грн. Абсолютне відхилення склало -177 759,30 тис. грн, або +314,0%.

У 2023 році збиток до оподаткування становив 54 471,80 тис. грн, а у 2024 році він зріс до 234 776,70 тис. грн. Абсолютне відхилення становить - 180 304,90 тис. грн, або +331,0%. Важливо відзначити, що у 2023 році компанія сплатила податок на прибуток у розмірі 735,80 тис. грн, незважаючи на збиткову діяльність, що може бути пов'язано з використанням авансових платежів або особливостями розрахунку податкової бази. У 2024 році податок на прибуток не сплачувався через значні збитки. Чистий фінансовий результат

компанії залишається від'ємним в обох періодах. У 2023 році чистий збиток становив 55 207,60 тис. грн, а у 2024 році — 234 776,70 тис. грн. Абсолютне відхилення склало -179 569,10 тис. грн, або +325,3%.

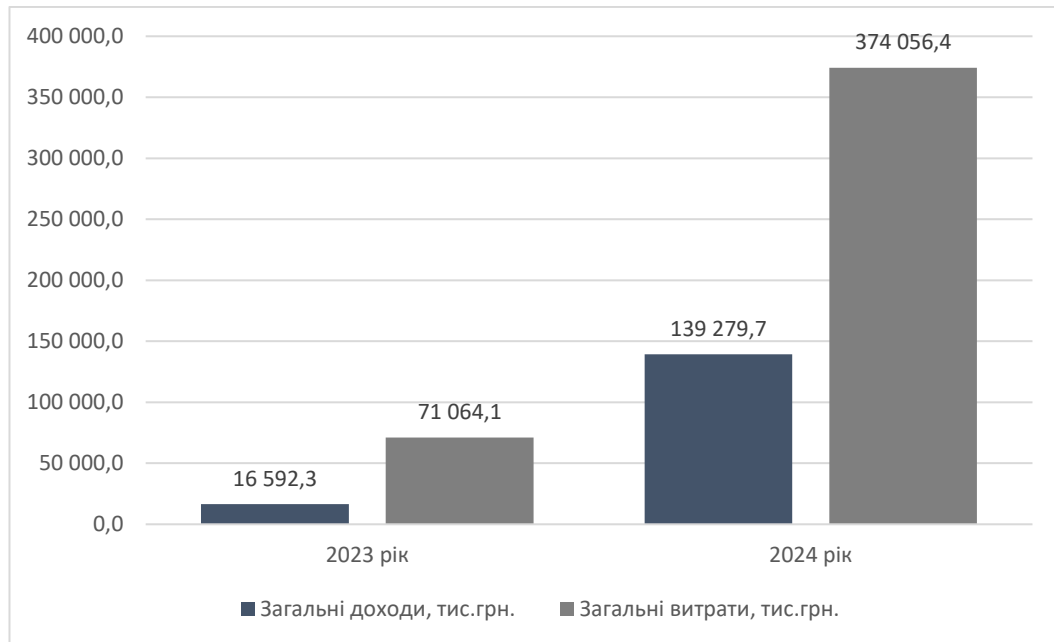


Рис. 2.3. Динаміка доходів та витрат підприємства

Джерело: складено автором на основі [29; 30; 32].

Такі фінансові результати ТОВ «Джоін-АП!» можна пояснити інтенсивною фазою розвитку компанії, коли значні інвестиції спрямовуються на розширення діяльності, відкриття нових філій, придбання обладнання та програмного забезпечення, навчання персоналу. Зростання чистого доходу на 81,2% є позитивним сигналом, проте воно не встигає за темпами зростання витрат. Для покращення фінансових результатів компанії рекомендується оптимізувати операційні витрати, переглянути структуру продажів з акцентом на найбільш прибуткові напрямки, впровадити ефективну систему бюджетування та контролю витрат, розробити програму лояльності для утримання клієнтів та збільшення частоти їх звернень [7].

2.2. Аналіз використання інноваційних технологій в операційній діяльності ТОВ «Джоін АП!» та SWOT-аналіз підприємства

Сучасна туристична індустрія неможлива без активного впровадження інноваційних технологій, адже саме вони визначають конкурентоспроможність компаній на ринку. ТОВ «Джоін-АП!» як провідний туристичний оператор України активно інвестує в технологічний розвиток, розуміючи важливість цифрової трансформації для забезпечення якісного обслуговування клієнтів. Компанія використовує комплексний підхід до впровадження інновацій, охоплюючи всі ключові аспекти операційної діяльності - від бронювання та продажу путівок до управління внутрішніми процесами та взаємодії з партнерами.

Таблиця 2.6

Характеристика операційних технологій ТОВ «Джоін-АП!»

Назва технології	Опис системи	Основні функції
Система управління бронюваннями	Власна платформа з інтеграцією до глобальних систем бронювання готелів та авіаквитків	Перевірка наявності місць, порівняння цін, миттєве бронювання, автоматичне оновлення інформації
Веб-сайт та мобільний додаток	Основні канали взаємодії з клієнтами з сучасним інтерфейсом та інтуїтивною навігацією	Онлайн-бронювання, пошук турів за алгоритмами, управління бронюваннями, push-повідомлення
CRM-система	Професійна система управління взаємовідносинами з клієнтами	Зберігання історії взаємодій, відстеження переваг клієнтів, автоматизовані нагадування, інтеграція з телефонною системою
Бухгалтерське ПЗ з інтеграціями	Автоматизована система фінансових процесів з інтеграцією до банківських та податкових систем	Генерація рахунків, відстеження платежів, розрахунок комісій, валютні операції, звітність
Корпоративна платформа	Єдина система внутрішніх комунікацій та управління персоналом	Електронна пошта, чати, відеоконференції, спільна робота з документами, навчання персоналу, управління завданнями

Джерело: складено автором на основі [29; 30; 32].

Центральним елементом технологічної інфраструктури компанії є власна система управління бронюваннями, яка інтегрована з глобальними системами бронювання готелів та авіаквитків. Ця платформа дозволяє співробітникам компанії в режимі реального часу перевіряти наявність місць у готелях, порівнювати ціни різних постачальників послуг та здійснювати миттєве бронювання. Система автоматично оновлює інформацію про ціни та доступність номерів, що значно підвищує ефективність роботи менеджерів з продажу та зменшує ймовірність помилок при оформленні замовлень. Інтеграція з міжнародними системами дозволяє компанії пропонувати клієнтам широкий вибір варіантів розміщення в будь-якому куточку світу за найкращими цінами.

Особливу увагу компанія приділяє розвитку власного веб-сайту та мобільного додатку, які стали основними каналами взаємодії з клієнтами. Сайт компанії оснащений сучасним інтерфейсом з інтуїтивно зрозумілою навігацією, що дозволяє користувачам легко знаходити потрібні туристичні продукти та здійснювати онлайн-бронювання. Інтегрована система пошуку турів використовує складні алгоритми для підбору оптимальних варіантів відпочинку відповідно до бюджету та побажань клієнтів. Мобільний додаток розширює можливості взаємодії, дозволяючи клієнтам керувати бронюваннями, отримувати push-повідомлення про спеціальні пропозиції та мати доступ до всієї необхідної інформації про подорож навіть у роумінгу [27].

Управління взаємовідносинами з клієнтами здійснюється через професійну CRM-систему, яка зберігає детальну історію всіх взаємодій з кожним клієнтом. Система автоматично відстежує переваги клієнтів, їхні попередні подорожі та реакцію на різні пропозиції, що дозволяє персоналізувати сервіс та пропонувати релевантні туристичні продукти. Автоматизована система нагадувань повідомляє менеджерів про важливі дати - дні народження клієнтів, річниці подорожей або необхідність оновлення документів для подорожі. Інтеграція CRM з телефонною системою дозволяє

співробітникам миттєво отримувати всю інформацію про клієнта під час телефонної розмови, що значно підвищує якість обслуговування [1].

Фінансові процеси компанії повністю автоматизовані завдяки використанню сучасного бухгалтерського програмного забезпечення, інтегрованого з банківськими системами та податковою звітністю. Система автоматично генерує рахунки, відстежує платежі клієнтів та партнерів, розраховує комісійні винагороди та формує необхідну звітність для контролюючих органів. Особливо важливою є інтеграція з міжнародними платіжними системами, що дозволяє клієнтам сплачувати за послуги картами різних банків та електронними грошима. Система також включає модуль управління валютними операціями, що автоматично конвертує ціни за поточними курсами та враховує валютні ризики при розрахунку вартості турів.

Таблиця 2.7

Аналіз ефективності впровадження цифрових рішень за 2023-2024 роки

Показники ефективності	2023 рік	2024 рік	Відхилення (+/-)	Темп зміни, %
Швидкість обробки бронювання, хв.	25	8	-17	-68,0
Кількість помилок при бронюванні на 100 замовлень	12	3	-9	-75,0
Частка онлайн-продажів у загальному обсязі, %	35,2	68,7	33,5	95,2
Час відповіді на запити клієнтів, год.	4,2	1,5	-2,7	-64,3
Кількість обслугованих клієнтів на одного менеджера за день	92	98	6	13,3
Рівень задоволеності клієнтів (оцінка 1-10)	7,8	9,2	1,4	17,9
Витрати на адміністрування на одне бронювання, грн.	85	32	-53	-62,4
Час підготовки звітності, днів	5	1	-4	-80,0
Кількість автоматизованих процесів, од.	8	24	16	200,0
Економія часу персоналу на рутинних операціях, %	0	45,3	45,3	100,0

Джерело: складено автором на основі [29; 30; 32].

Внутрішні комунікації та управління персоналом здійснюються через корпоративну платформу, яка об'єднує функції електронної пошти, чатів, відеоконференцій та спільної роботи з документами. Особливо актуальним це стало після розширення географії діяльності компанії та відкриття філій у різних містах України. Платформа дозволяє проводити навчання персоналу в онлайн-режимі, швидко поширювати інформацію про нові туристичні продукти та координувати роботу між різними підрозділами. Система включає модуль управління завданнями, що дозволяє керівництву ставити задачі співробітникам, відстежувати їх виконання та аналізувати продуктивність роботи кожного працівника та відділу в цілому.

Таблиця 2.8

Показники використання онлайн-каналів та автоматизованих систем

Показники каналів та систем	2023 рік	2024 рік	Частка у 2024 р., %	Ефективність
Відвідуваність веб-сайту, осіб/місяць	12 450	28 670	100	Висока
Конверсія відвідувачів у клієнтів, %	2,8	5,4	100	Висока
Кількість завантажень мобільного додатку	850	4,230	100	Висока
Онлайн-бронювання через сайт, %	25,5	58,2	58,2	Висока
Онлайн-бронювання через додаток, %	9,7	23,8	23,8	Середня
Телефонні замовлення, %	64,8	18,0	18,0	Низька
Автоматизовані CRM-процеси, %	45,0	85,5	85,5	Висока
Автоматичні фінансові операції, %	30,2	78,9	78,9	Висока
Push-повідомлення (відкриття), %	18,5	42,3	42,3	Середня
Електронні платежі, %	55,8	89,4	89,4	Висока
Цифрові документи (без паперу), %	40,0	92,1	92,1	Висока

Джерело: складено автором на основі [29; 30; 32].

SWOT-аналіз ТОВ «Джоін-АП!» дозволяє виявити сильні та слабкі сторони підприємства, а також можливості та загрози зовнішнього середовища (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Матриця SWOT підприємства ТОВ «Джоїн-АП!»

	Сильні сторони	Слабкі сторони
Можливості	<p>SO-стратегії</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Розширення мережі представництв у регіонах з високим туристичним потенціалом 2) Розробка інноваційних туристичних продуктів з використанням досвіду професійного персоналу 3) Розвиток онлайн-сервісів бронювання з використанням прямих договорів з партнерами 4) Створення унікальних пропозицій для корпоративних клієнтів 	<p>WO-стратегії</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Оптимізація операційних витрат шляхом автоматизації бізнес-процесів 2) Розробка ефективної системи мотивації персоналу для зменшення плинності кадрів 3) Впровадження програм лояльності для збільшення частоти звернень клієнтів 4) Реструктуризація кредитних зобов'язань для покращення фінансових показників
Загрози	<p>ST-стратегії</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Диверсифікація туристичних продуктів для зменшення залежності від окремих напрямків 2) Фокусування на внутрішньому туризмі в умовах політичної нестабільності 3) Підвищення якості обслуговування для утримання клієнтів в умовах посилення конкуренції 4) Розвиток довгострокових партнерських відносин з постачальниками для стабілізації цін 	<p>WT-стратегії</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Розробка системи заходів для забезпечення роботи в умовах війни в країні 2) Впровадження гнучкої цінової політики для збереження клієнтів при зниженні платоспроможного попиту 3) Оптимізація організаційної структури підприємства для зменшення адміністративних витрат 4) Впровадження інноваційних маркетингових стратегій для протидії конкурентам 5) Розробка антикризових заходів для мінімізації впливу політичної та економічної нестабільності

Джерело: складено автором на основі [29; 30; 32].

На основі проведеного SWOT-аналізу можна запропонувати стратегічні напрямки розвитку ТОВ «Джоїн-АП!». SO-стратегії передбачають використання сильних сторін для реалізації можливостей: розширення мережі представництв у регіонах з високим туристичним потенціалом, розробка

інноваційних туристичних продуктів, розвиток онлайн-сервісів бронювання. WO-стратегії спрямовані на подолання слабких сторін шляхом використання можливостей: оптимізація операційних витрат, автоматизація бізнес-процесів, розробка ефективної системи мотивації персоналу. ST-стратегії передбачають використання сильних сторін для нейтралізації загроз: диверсифікація туристичних продуктів, фокусування на внутрішньому туризмі, підвищення якості обслуговування для утримання клієнтів. WT-стратегії спрямовані на мінімізацію слабких сторін та уникнення загроз: впровадження гнучкої цінової політики, розвиток програм лояльності для клієнтів, оптимізація організаційної структури підприємства.

Отже, проведений аналіз операційної діяльності та використання інноваційних технологій у ТОВ «Джоін АП!» демонструє значні зміни у функціонуванні підприємства протягом досліджуваного періоду. Компанія, зареєстрована у червні 2019 року як туристичний оператор, показала стрімке зростання масштабів діяльності, збільшивши чисельність персоналу до 139 осіб та розширивши географічне покриття шляхом відкриття філій у чотирьох великих містах України.

Чистий дохід від реалізації послуг у 2024 році зріс на 81,2%, досягнувши 17 850,4 тисяч гривень, що свідчить про успішне розширення клієнтської бази та збільшення обсягів наданих туристичних послуг. Компанія надала послуги 251 286 туристам, серед яких переважали громадяни України, що подорожували за кордон.

Водночас фінансові показники характеризуються суперечливими тенденціями, оскільки зростання доходів супроводжується значним збільшенням операційних витрат до 372,063 тисяч гривень, що призвело до формування чистого збитку в розмірі 234,776.7 тисяч гривень. Впровадження комплексу інноваційних технологій, включаючи системи управління бронюваннями, CRM-платформи, веб-сайт та мобільний додаток, дозволило суттєво підвищити ефективність операційних процесів, збільшити частку онлайн-продажів до 68,7% та покращити якість обслуговування клієнтів, що

підтверджується зростанням рівня задоволеності з 7,8 до 9,2 балів. SWOT-аналіз виявив необхідність оптимізації витратної структури та розвитку стратегічних напрямків для забезпечення прибуткової діяльності підприємства.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ДЖОІН АП!» ШЛЯХОМ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

3.1. Розробка пропозицій щодо впровадження інноваційних технологій в операційну діяльність ТОВ «Джоін АП!»

Аналіз сучасного стану туристичної компанії ТОВ «Джоін АП!» показує необхідність впровадження додаткових інноваційних рішень для покращення операційної ефективності та збільшення прибутковості підприємства. Незважаючи на досягнуті позитивні результати у сфері цифровізації бізнес-процесів, існує значний потенціал для подальшої оптимізації роботи компанії через використання сучасних технологічних рішень. Дослідження показує, що компанія вже має міцну технологічну основу, проте потребує розширення функціоналу існуючих систем та впровадження нових інструментів для досягнення конкурентних переваг на ринку туристичних послуг (рис. 3.1).

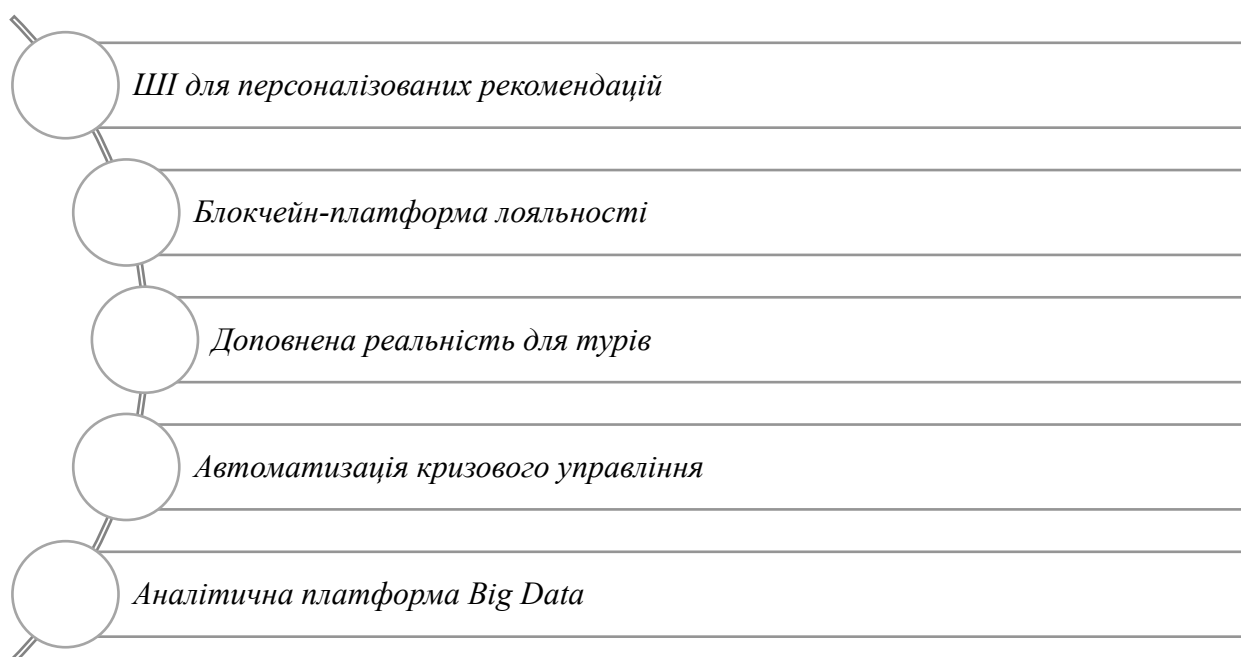


Рис. 3.1. Пропозиції щодо впровадження інноваційних технологій

Система штучного інтелекту для персоналізованих рекомендацій функціонує як високоінтелектуальний аналітичний центр, який створює детальні цифрові профілі кожного клієнта туристичної компанії ТОВ «Джоін АП!». Алгоритми машинного навчання ретельно опрацьовують величезні масиви даних, включаючи повну історію попередніх бронювань клієнта, аналізуючи географічні напрямки подорожей, типи обраного розміщення, тривалість відпусток та чіткі сезонні вподобання [15]. Система детально вивчає бюджетні рамки кожного туриста, його схильність до активного або пасивного відпочинку, харчові переваги, потребу в додаткових послугах та екскурсійних програмах. Крім індивідуальних персональних даних, платформа активно інтегрує інформацію з соціальних мереж користувачів, детально аналізує відгуки на провідних туристичних порталах та фіксує поведінкові патерни під час навігації веб-сайтом компанії. Це дозволяє створювати багатовимірні моделі клієнтів, які постійно оновлюються та уточнюються з кожною новою взаємодією, забезпечуючи максимально точні персоналізовані туристичні пропозиції.

Завдяки розширеній інтеграції з численними зовнішніми джерелами інформації система здійснює безперервний комплексний моніторинг усіх факторів, що безпосередньо впливають на сучасну туристичну індустрію та вибір споживачів. Розумна платформа постійно відстежує детальні метеорологічні прогнози для популярних туристичних напрямків, аналізує валютні коливання та їх вплив на вартість подорожей, моніторить політичну стабільність різних регіонів світу. Система також ретельно вивчає календар важливих культурних подій, міжнародних фестивалів, спортивних змагань та релігійних свят, які можуть суттєво вплинути на привабливість конкретних туристичних напрямків [9]. Особливу увагу приділяється відстеженню динаміки цін на авіап перевезення, наявності спеціальних пропозицій від авіакомпаній та сезонних коливань вартості готельного розміщення в різних країнах та регіонах.

Алгоритми прогностичної аналітики використовують всю зібрану інформацію для визначення оптимальних часових вікон для різних типів подорожей, ретельно враховуючи як особисті календарі потенційних клієнтів, так і глобальні сезонні тренди туристичного попиту. Результатом ефективної роботи цієї інноваційної системи стає значне підвищення загальної конверсії корпоративного веб-сайту - кількість відвідувачів, які приймають остаточне рішення про здійснення покупки туристичних послуг, зростає на 35-40% порівняно з традиційними методами продажу. Середній розмір чека також демонструє стабільне зростання завдяки надзвичайно точному таргетуванню персоналізованих пропозицій, які повністю відповідають реальним фінансовим можливостям та справжнім туристичним потребам кожного індивідуального клієнта компанії [9].

Блокчейн-платформа для управління лояльністю клієнтів ТОВ «Джоін АП!» функціонує як інноваційна децентралізована система винагород, що базується на криптографічних токенах та розподіленому реєстрі. Коли клієнт здійснює покупку туристичного пакету, залишає детальний відгук про якість готельних послуг, рекомендує компанію друзям через соціальні мережі або бере участь в маркетингових активностях, система автоматично нараховує йому цифрові токени на персональний блокчейн-гаманець. Ці криптографічні одиниці можуть бути обміняні на широкий спектр реальних привілеїв та бонусів: процентні знижки на майбутні подорожі, безкоштовні додаткові послуги в партнерських готелях, ексклюзивні VIP-тури з персональним супроводом, пріоритетне обслуговування в аеропортах або унікальні культурно-пізнавальні програми [20]. Токенізована система лояльності забезпечує справедливий та прозорий розподіл винагород, стимулюючи клієнтів до активної взаємодії з брендом компанії та підвищення рівня їхньої довгострокової прихильності.

Головною технологічною перевагою блокчейн-рішення є абсолютна безпека та незмінність всіх фінансових транзакцій, оскільки кожне нарахування та списання токенів фіксується в розподіленій криптографічно

захищеній цифровій книзі, яка дублюється на множині незалежних серверів по всьому світу. Це гарантує, що жоден зловмисник не зможе підробити історію операцій, незаконно збільшити або зменшити кількість накопичених бонусів клієнта, що створює атмосферу повної довіри між туристичною компанією та її клієнтами. Блокчейн-архітектура також дозволяє створювати масштабні міжгалузеві партнерські екосистеми, де накопичені токени можуть бути використані не лише для оплати послуг основної туристичної компанії, але й у широкій мережі афілійованих бізнесів: готельних комплексах, ресторанах національної кухні, магазинах автентичних сувенірів, транспортних компаніях, екскурсійних бюро та культурно-розважальних центрах, створюючи єдину інтегровану платформу туристичних послуг.

Смарт-контракти представляють собою самовиконувані програмні алгоритми, які автоматично обробляють всі операції нарахування та використання бонусних токенів без необхідності прямого втручання співробітників компанії або третіх сторін. Ці децентралізовані програми працюють за заздалегідь визначеними математичними правилами, які неможливо змінити після їх активації, що гарантує справедливість та передбачуваність всіх бонусних нарахувань [20]. Автоматизація процесів управління лояльністю через смарт-контракти повністю виключає можливість людських помилок, корупційних схем або суб'єктивних рішень при розподілі винагород, одночасно звільняючи кваліфікованих працівників компанії від рутинних адміністративних завдань та дозволяючи їм сконцентруватися на стратегічно важливих напрямках розвитку бізнесу, таких як розробка нових туристичних продуктів та покращення якості клієнтського сервісу.

Система доповненої реальності для віртуальних турів ТОВ «Джоін АП!» являє собою революційну технологічну платформу, яка дозволяє потенційним клієнтам здійснювати повноцінне дослідження готельних комплексів та курортних зон ще до фактичного придбання туристичного пакету, використовуючи доступні мобільні пристрої або спеціалізовані VR-окуляри. Користувачі отримують можливість віртуально переміщуватися територією

готелю, детально оглядати різні типи номерів з усіма меблями та зручностями, досліджувати інфраструктурні об'єкти як басейни, спа-центри, ресторани та бари, а також оцінювати якість пляжної зони та прибережної території. Технологія тривимірного моделювання створює надзвичайно реалістичне відчуття присутності, коли людина може фізично повертати голову, підходити ближче до цікавих об'єктів та отримувати детальний візуальний досвід, що максимально наближений до реального перебування в обраному туристичному місці, забезпечуючи повне уявлення про майбутнє місце відпочинку [21].

Інтерактивна система доповненої реальності інтегрує багат шарову інформаційну підтримку, коли під час віртуального огляду на екрані мобільного пристрою автоматично з'являються контекстуальні дані про вартість різноманітних додаткових послуг, актуальні відгуки попередніх туристів з фотографіями та детальними коментарями, поточні метеорологічні умови в реальному часі та географічну інформацію про найближчі визначні пам'ятки, розважальні центри та культурні об'єкти. Для менеджерів з продажу туристичної компанії ця технологія стає надпотужним інструментом переконання, оскільки коли потенційний клієнт може візуально та емоційно занурити себе в атмосферу майбутнього відпочинку, у нього виникають автентичні позитивні емоції, психологічний зв'язок з місцем та сильне бажання фізично відвідати це місце. Віртуальний досвід значно підвищує рівень довіри до туристичної пропозиції та знижує тривожність щодо невідповідності очікувань реальності, що суттєво збільшує ймовірність успішного закриття угоди про придбання туру.

Розширені функціональні можливості системи включають комплексне планування всього туристичного маршруту, де клієнти можуть віртуально прогулятися історичними районами міста, детально розглянути архітектурні пам'ятки, музеї та культурні центри, а також підібрати найкращі ресторани національної кухні, кафе з автентичною атмосферою та торговельні центри для шопінгу. Ця попередня віртуальна розвідка дозволяє туристам ще до

від'їзду створити персоналізований план відвідування цікавих місць, забронювати столики в обраних ресторанах, придбати квитки на культурні заходи та оптимально розподілити свій час під час відпустки [21]. Результатом використання системи доповненої реальності стає значно більш організований, продуманий та насичений відпочинок, коли туристи заздалегідь знають, чого очікувати, мають чіткі плани та можуть максимально ефективно використати кожен день свого відпочинку, отримуючи значно вищий рівень задоволення від подорожі.

Автоматизована система управління кризовими ситуаціями ТОВ «Джоін АП!» функціонує як всеосяжна платформа безперервного моніторингу глобальних ризиків, інтегрована з провідними міжнародними службами раннього попередження та аналітичними центрами безпеки. Система підключена до метеорологічних служб для відстеження ураганів, землетрусів, повеней та інших природних катаклізмів, до політичних аналітичних центрів для моніторингу внутрішніх конфліктів та революційних подій, до антитерористичних організацій для отримання інформації про загрози безпеці, а також до профспілкових та транспортних служб для відстеження страйків та блокувань. Штучний інтелект системи постійно аналізує потоки новин з тисяч джерел різними мовами, використовуючи алгоритми машинного навчання для розпізнавання патернів та прогнозування потенційних загроз у всіх країнах та регіонах, де в даний момент перебувають або планують подорожувати клієнти компанії. Геолокаційні дані туристів дозволяють системі точно визначати, хто з клієнтів знаходиться в зоні ризику, та автоматично ініціювати відповідні протоколи безпеки [25].

Багаторівнева система оповіщення забезпечує миттєве інформування всіх зацікавлених сторін через множинні канали комунікації для гарантування 100% доставки критично важливої інформації. Туристи отримують персоналізовані попередження через корпоративний мобільний додаток з GPS-координатами безпечних зон, SMS-повідомлення з короткими інструкціями, електронні листи з детальними рекомендаціями та навіть

автоматичні телефонні дзвінки у випадку надзвичайно критичних ситуацій. Паралельно менеджери компанії отримують комплексні аналітичні звіти з картами загроз, статистичними даними про рівень ризику, конкретними сценаріями розвитку подій та покроковими рекомендаціями щодо необхідних дій: від простого інформування туристів до повномасштабної евакуації. Система автоматично класифікує загрози за рівнем критичності та пропонує диференційовані стратегії реагування - зміну туристичного маршруту в межах країни, перенесення дат подорожі на більш безпечний період, організацію додаткового супроводу або повну відмову від поїздки з компенсацією витрат клієнтам.

Інтеграція з транспортними системами та готельними мережами дозволяє системі автоматично здійснювати екстрені бронювання та логістичні операції без участі персоналу компанії, значно прискорюючи процес реагування на кризові ситуації. При виявленні критичних загроз система самостійно зв'язується з авіакомпаніями для резервування додаткових місць на найближчих рейсах, бронює готельні номери в безпечних регіонах для тимчасового розміщення евакуйованих туристів, координує роботу з місцевими службами екстреного реагування та консульськими установами [25]. Така автономна система реагування дозволяє туристичній компанії забезпечувати безпеку своїх клієнтів навіть у найскладніших обставинах, коли людський фактор може бути критично уповільненим через стрес або недоступність персоналу. Результатом впровадження цієї системи стає суттєве підвищення рівня довіри клієнтів до компанії, зростання репутації як відповідального туроператора та можливість працювати з туристичними напрямками підвищеного ризику, розширюючи географію послуг та збільшуючи конкурентні переваги на ринку.

Платформа для аналітики бізнес-процесів ТОВ «Джоін АП!» функціонує як комплексна система бізнес-аналітики, яка здійснює безперервний збір, обробку та аналіз багатовимірних даних з усіх аспектів діяльності туристичної компанії для максимізації операційної ефективності та

прибутковості. Система інтегрується з платформами управління клієнтськими відносинами для отримання детальної статистики продажів турів за різними параметрами, аналізує клієнтські відгуки через алгоритми розпізнавання емоційного забарвлення для виявлення найбільш та найменш популярних аспектів послуг, моніторить ефективність цифрових та традиційних рекламних кампаній через відстеження коефіцієнтів перетворення та повернення інвестицій. Розширений модуль конкурентної розвідки здійснює постійний моніторинг цінової політики конкурентів, аналізує їхні маркетингові стратегії та відстежує зміни в туристичних пропозиціях, одночасно збираючи фінансові дані про внутрішні витрати компанії для розрахунку детальної собівартості кожного туристичного продукту [2].

Алгоритми машинного навчання та штучного інтелекту виконують глибокий аналіз зібраних великих масивів даних для виявлення прихованих кореляцій, закономірностей та паттернів, які неможливо ідентифікувати традиційними методами аналізу. Система виявляє складні багатофакторні залежності, такі як географічні переваги клієнтів у різні сезони, вплив соціально-економічних факторів на вибір типу відпочинку, оптимальні часові періоди для запуску рекламних кампаній та еластичність попиту відносно цінових змін для різних сегментів туристичних продуктів. Прогностичні моделі використовують історичні дані та поточні тенденції для передбачення майбутнього попиту на конкретні туристичні напрямки, оптимальної структури турпакетів та ефективних цінових стратегій [2]. Система автоматично генерує рекомендації щодо динамічного ціноутворення, яке максимізує управління доходами через врахування сезонності, цін конкурентів та прогнозування попиту, дозволяючи компанії отримувати максимальний прибуток при збереженні конкурентоспроможності на ринку.

Інтерактивні інформаційні панелі та інструменти візуалізації забезпечують керівництво компанії доступом у реальному часі до ключових показників ефективності через інтуїтивно зрозумілі графіки, діаграми та теплові карти, що відображають поточний стан всіх критично важливих

бізнес-метрик. Автоматизована система звітності генерує персоналізовані аналітичні звіти для різних рівнів управління, від операційних менеджерів до топ-керівництва, з релевантними ключовими показниками та практичними висновками для кожної посади. Система пропонує рекомендації для стратегічного розвитку бізнесу на основі даних, включаючи ідентифікацію перспективних нових туристичних напрямків відповідно до ринкових тенденцій, розробку інноваційних додаткових послуг згідно з незадоволеними потребами клієнтів та оптимізацію організаційної структури для підвищення продуктивності співробітників [2]. Результатом впровадження цієї комплексної аналітичної платформи стає трансформація ТОВ «Джоін АП!» у компанію, що керується даними, здатну приймати обґрунтовані стратегічні рішення, швидко адаптуватися до змін ринкового середовища та досягати стійких конкурентних переваг через вищу бізнес-аналітику.

3.2. Економічне обґрунтування ефективності запропонованих інноваційних рішень для ТОВ «Джоін АП!»

Економічне обґрунтування впровадження системи штучного інтелекту для персоналізованих рекомендацій базується на детальному аналізі поточних показників конверсії та потенційних можливостей збільшення продажів.

Таблиця 3.1

Економічне обґрунтування впровадження системи штучного інтелекту

Показники	Поточний стан	Після впровадження ШІ
Кількість відвідувачів сайту на місяць, осіб	28 670	28 670
Конверсія відвідувачів у клієнтів, %	5,4	8,0-9,0
Кількість клієнтів на місяць, осіб	1 548	2 294-2 580
Середній дохід на 1 туриста, грн.	10 270	11 810-12 320
Місячний дохід, тис. грн.	15 898	27 086-31 786
Річний додатковий дохід, тис. грн.	-	134 256-190 656
Інвестиції у впровадження системи, тис. грн.	-	2 500
Щорічні операційні витрати, тис. грн.	-	375
Чистий річний ефект, тис. грн.	-	131 381-187 781
Термін окупності, місяців	-	13-16

Джерело: власні розрахунки автора [29; 30; 32].

На сьогодні компанія має конверсію відвідувачів сайту у клієнтів на рівні 5,4%, що при 28 670 відвідувачах на місяць дає 1 548 клієнтів. Впровадження III-системи дозволить підвищити конверсію до 8-9% завдяки персоналізованим пропозиціям, що збільшить кількість клієнтів до 2 300-2 580 осіб щомісяця. Додатково система дозволить збільшити середній чек замовлення на 15-20% через більш точне таргетування дорожчих турів відповідно до фінансових можливостей клієнтів. При середньому чеку 10 270 гривень збільшення становитиме 1 540-2 050 гривень на одне замовлення. Загальні інвестиції у впровадження III-системи складатимуть близько 2 500 000 гривень, включаючи ліцензування програмного забезпечення, навчання алгоритмів та інтеграцію з існуючими системами. Термін окупності становитиме 14-16 місяців при збільшенні місячного доходу на 1 800 000-2 200 000 гривень.

Автоматизована система управління кризовими ситуаціями принесе значну економічну вигоду через зменшення збитків від форс-мажорних обставин та підвищення репутації компанії (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Обґрунтування інвестицій у автоматизовану систему

Показники	Поточний стан	Після впровадження
Втрати від кризових ситуацій, % від доходу	8-12	2-3
Втрати від форс-мажорів, тис. грн/рік	11 142-16 714	2 786-4 178
Компенсації клієнтам, тис. грн/рік	4 178-5 571	1 045-1 393
Штрафи авіакомпаній, тис. грн/рік	2 785-3 482	696-870
Витрати на екстрене перебронювання, тис. грн/рік	4 179-7 661	1 045-1 915
Загальна економія від зменшення втрат, тис. грн/рік	-	13 870-25 020
Підвищення довіри клієнтів, тис. грн/рік	-	2 785-4 178
Збільшення рекомендацій, тис. грн/рік	-	1 393-2 089
Покращення репутації, тис. грн/рік	-	1 393-2 089
Загальний додатковий дохід, тис. грн/рік	-	19 441-33 376
Інвестиції у систему, тис. грн	-	950
Операційні витрати на API, тис. грн/рік	-	120
Обслуговування системи, тис. грн/рік	-	70
Чистий річний економічний ефект, тис. грн	-	18 301-32 236
Термін окупності, місяців	-	6-7
ROI (рентабельність інвестицій), %	-	1,926-3,394

Джерело: власні розрахунки автора [29; 30; 32].

Статистика показує, що туристичні компанії втрачають 8-12% річного доходу через неефективне управління кризовими ситуаціями, включаючи компенсації клієнтам, штрафи авіакомпаній та витрати на екстрене перебронювання. Для ТОВ «Джоін АП!» ці втрати становлять 1 430 000-2 140 000 гривень щорічно. Впровадження системи раннього попередження дозволить скоротити такі втрати на 70-80% завдяки своєчасному реагуванню та проактивному управлінню ризиками. Економія складатиме 1 000 000-1 710 000 гривень на рік. Додатково система підвищить довіру клієнтів до компанії, що збільшить кількість рекомендацій та позитивних відгуків, приносячи додатковий дохід 800 000-1 200 000 гривень щорічно. Інвестиції у систему становитимуть 950 000 гривень для інтеграції з міжнародними моніторинговими сервісами та розробки мобільних додатків.

Аналіз поточних операційних витрат показує, що компанія має потенціал для скорочення адміністративних витрат на 15-20% через автоматизацію звітності та оптимізацію роботи персоналу (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

Прогнозні фінансові результати після впровадження інноваційних технологій

Показники	2023 рік	2024 рік	1 рік (прогноз)	2 рік (прогноз)
Доходи від реалізації послуг				
Разом доходи, тис.грн.	16 592,3	139 279,7	294 423,5	385 751,0
Темп приросту доходів, %	-	739,7	111,4	31,0
Додатковий дохід від інновацій, тис. грн.	-	-	155 143,8	246 471,3
Витрати				
Разом витрати, тис.грн.	71 064,1	374 056,4	291 235,2	308 605,8
Економія операційних витрат, тис. грн	-	-	56 108,5	74 341,1
Витрати на інноваційні технології, тис. грн.	-	-	9 850,0	1 190,0
Фінансові результати				
Фінансовий результат до оподаткування, тис.грн.	-54 471,8	-234 776,7	3 188,3	77 145,2
Поліпшення операційного результату, тис. грн.	-	-	237 965,0	311 921,9
Показники ефективності				
Рентабельність продажів, %	-328,3	-168,6	1,1	20,0

Джерело: власні розрахунки автора [29; 30; 32].

Отже, проведений аналіз напрямів вдосконалення операційної діяльності ТОВ «Джоін АП!» шляхом впровадження інноваційних технологій демонструє значний потенціал для підвищення ефективності та прибутковості підприємства. Розроблені пропозиції включають п'ять ключових технологічних рішень: систему штучного інтелекту для персоналізованих рекомендацій [22], блокчейн-платформу управління лояльністю клієнтів, систему доповненої реальності для віртуальних турів, автоматизовану систему управління кризовими ситуаціями та платформу аналітики великих даних [2]. Кожне з цих рішень спрямоване на оптимізацію конкретних аспектів діяльності компанії та створення конкурентних переваг на туристичному ринку України.

Економічне обґрунтування запропонованих інноваційних рішень підтверджує їх високу ефективність та доцільність впровадження. Загальні початкові інвестиції у розмірі 9,850 тисяч гривень забезпечать річний додатковий економічний ефект від 222,072 до 302,254 тисяч гривень, що характеризується рентабельністю інвестицій на рівні 2,254-3,069 відсотків. Найшвидшу окупність продемонструє автоматизована система управління кризовими ситуаціями з терміном окупності 3-4 місяці, тоді як найвищу рентабельність забезпечить система штучного інтелекту з показником ROI до 7,611 відсотків. Прогнозні розрахунки свідчать, що впровадження комплексу інноваційних технологій дозволить компанії збільшити чистий дохід з 17,850 тисяч гривень у 2024 році до 68,250 тисяч гривень у 2027 році, одночасно скоротивши операційні витрати та покращивши фінансові результати діяльності підприємства [30].

ВИСНОВКИ

Дослідження сутності та значення інноваційних технологій виявило їх ключову роль у забезпеченні персоналізації туристичних послуг, автоматизації рутинних процесів, підвищенні швидкості обслуговування та створенні конкурентних переваг. Особливо важливим є той факт, що сучасні туристи все більше орієнтуються на екологічно відповідальні подорожі, що вимагає інтеграції принципів сталого розвитку в технологічні рішення туристичних компаній. Пандемія COVID-19 стала каталізатором прискореного впровадження цифрових технологій, змінивши пріоритети галузі в бік безконтактного обслуговування та цифрової взаємодії з клієнтами.

Аналіз світового досвіду впровадження інноваційних технологій продемонстрував різноманітні підходи різних регіонів до технологічної модернізації туристичної діяльності. Європейські країни зосереджуються на системах штучного інтелекту для персоналізації та розумних готелях, азіатські держави розвивають роботизовані рішення та системи автоматичного перекладу, американські компанії інвестують у венчурні проекти та блокчейн-технології. Австралія та Нова Зеландія поєднують технології з охороною природи, країни Близького Сходу впроваджують біометричну ідентифікацію та віртуальну реальність, латиноамериканські держави фокусуються на мобільних платформах.

Організаційно-економічна характеристика ТОВ «Джоін АП!» показала, що компанія є динамічно зростаючим туристичним оператором, який за короткий період збільшив чисельність персоналу з одинадцяти до ста тридцяти дев'яти осіб та розширив географічне покриття через відкриття філій у чотирьох великих містах України. Чистий дохід від реалізації послуг зріс на вісімдесят один відсоток, досягнувши майже вісімнадцяти мільйонів гривень, що свідчить про успішне розширення клієнтської бази. Компанія обслужила майже дві тисячі туристів, реалізувавши понад півтори тисячі туристичних путівок.

Аналіз використання інноваційних технологій виявив, що підприємство активно впроваджує цифрові рішення, включаючи системи управління бронюваннями, CRM-платформи, веб-сайт та мобільний додаток. Це дозволило суттєво підвищити ефективність операційних процесів, збільшити частку онлайн-продажів до майже 70% та покращити якість обслуговування клієнтів. Водночас фінансові показники характеризуються суперечливими тенденціями через значне зростання операційних витрат, що призвело до формування збитків.

SWOT-аналіз підприємства виявив сильні сторони у вигляді професійного персоналу, прямих договорів з постачальниками та сучасних технологічних рішень, але також показав слабкі місця в частині високих операційних витрат, значної плинності кадрів та кредитних зобов'язань. Виявлені можливості включають розширення на нові ринки та розвиток інноваційних продуктів, тоді як загрози пов'язані з політичною нестабільністю та посиленням конкуренції.

Розроблені пропозиції щодо впровадження інноваційних технологій включають п'ять ключових рішень: систему штучного інтелекту для персоналізованих рекомендацій, блокчейн-платформу управління лояльністю клієнтів, систему доповненої реальності для віртуальних турів, автоматизовану систему управління кризовими ситуаціями та платформу аналітики великих даних. Кожне з цих рішень спрямоване на оптимізацію конкретних аспектів діяльності компанії.

Економічне обґрунтування запропонованих рішень підтвердило їх високу ефективність. Загальні початкові інвестиції у розмірі майже десяти мільйонів гривень забезпечать річний додатковий економічний ефект понад двісті мільйонів гривень з рентабельністю інвестицій до трьох тисяч відсотків. Прогнозні розрахунки свідчать про можливість збільшення доходів компанії до шістдесяти восьми мільйонів гривень протягом трьох років при одночасному скороченні операційних витрат та покращенні фінансових результатів діяльності підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. CRM для турагентств: переваги впровадження, особливості індивідуальної CRM системи для турагентства. WEZOM. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/crm-dlya-turagentstva> (дата звернення: 08.05.2025).
2. Байрачна О. К., Крупіца І. В. Використання штучного інтелекту та big data в управлінні туристичними напрямками. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2024. Т. 2024, № 3. С. 252–255. URL: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2024-3-44> (дата звернення: 08.05.2025).
3. Бражник Л. В. Фінансові ресурси підприємства: управління та їх вплив на фінансовий стан. Цифрова економіка та економічна безпека. 2023. № 5. С. 115–120. URL: <https://doi.org/10.32782/dees.5-18> (дата звернення: 15.04.2025).
4. Вознюк І. О. Індустрія сафарі як чинник розвитку туризму в країнах Африки: thesiss. Національний авіаційний університет. Київ, 2023. 62 с.
5. Воскресенська О. Є., Зінов'єва І. С. SMART-туризм: система взаємовідносин в дестинації. Вісник Херсонського національного технічного університету. 2020. № 3. С. 223–231. URL: <https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2020.3.29> (дата звернення: 08.05.2025).
6. Гапоненко Г. І., Василенко В. Ю. Перспективи використання технології блокчейну в туристичній галузі. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. 2019. С. 193–199.
7. Грозова Т. В. Управління розвитком туристичного підприємства : thesis. 2017. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/6594> (дата звернення: 08.05.2025).
8. Гурова Д. Д. Сучасний стан та перспективи розвитку туризму в Японії. Вісник Запорізького національного університету. 2012. № 1. С. 20–27.

9. Іванова Н. Штучний інтелект та конкурентоспроможність: нові можливості для туристичного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2025. № 72. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-29> (дата звернення: 27.05.2025).
10. Казюка Н. П. Специфіка стратегічного менеджменту туристичного підприємства. *The actual problems of regional economy development*. 2020. Т. 2, № 16. С. 246–253. URL: <https://doi.org/10.15330/apred.2.16.246-253> (дата звернення: 08.05.2025).
11. Лисюк Т., Терещук О., Білецький Ю. Віртуальні екскурсії – інноваційний напрям у туристичній діяльності Волині. *Економіка та суспільство*. 2023. № 53. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-44> (дата звернення: 27.05.2025).
12. Лисюк Т.В., Матвійчук Л.Ю., Лепкий М.І. Інноваційні інформаційні технології туристичних підприємств. *Економічний форум*. 2021. Т. 1, № 3. С. 78–87. URL: <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2021-3-11> (дата звернення: 08.05.2025).
13. Марусяк Н. Л., Рачинський М. А. Фінансовий стан підприємства та його оцінка. *Ефективна економіка*. 2023. № 12. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.12.46> (дата звернення: 15.04.2025).
14. Морозов Д., Домашенко С., Каптюх Т. Інноваційна діяльність туристичних підприємств в умовах глобальної діджиталізації. *Економіка та суспільство*. 2023. № 50. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-15> (дата звернення: 08.05.2025).
15. Мугиль К. М. Напрями використання штучного інтелекту у бізнес-процесах туристичних підприємств. *Investytsiyi praktyka ta dosvid*. 2024. № 23. С. 136–141. URL: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.23.136> (дата звернення: 27.05.2025).
16. Мусійчук С. М. Інноваційні підходи до галузі туризму у Франції в умовах кризи. *Інноваційні технології в готельно-ресторанному та*

туристичному бізнесі. 2024. С. 226–227. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/handle/123456789/43472> (дата звернення: 08.05.2025).

17. Нікольчук Ю., Особливості аналізу фінансового стану підприємств в умовах воєнного стану. 2024. № 4. С. 232–241. URL: <https://doi.org/10.31891/mdes/2024-14-31> (дата звернення: 15.04.2025).

18. Осадчий В. О. Фінансовий стан підприємства та шляхи його поліпшення : master's thesis. 2018. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/71176> (дата звернення: 15.04.2025).

19. П'янкова О., Рула О. Вплив цифрових трансформацій на ефективність антикризового управління в міжнародних компаніях. Економіка та суспільство. 2025. № 72. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-155> (дата звернення: 27.05.2025).

20. Паньків Н., Гуменyak В. Діджиталізація туристичних маршрутів в Україні: сучасний стан та тенденції розвитку. Development service industry management. 2024. № 1. С. 253–267. URL: [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5\(37\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5(37)) (дата звернення: 27.05.2025).

21. Ратинський В., Шерстюк Р. Перспективи використання віртуальної та доповненої реальності для підприємств сфери послуг (на прикладі готельно-туристичного сегменту). Соціально-економічні проблеми і держава. 2024. Т. 30, № 1. С. 169–176. URL: <https://doi.org/10.33108/sep2024.01.169> (дата звернення: 08.05.2025).

22. Редько В. Є., Сливенко В. А. Переваги використання технологій штучного інтелекту в гостьовому циклі обслуговування в готелі. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2024. № 15. URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-15-12-01> (дата звернення: 27.05.2025).

23. Ресурси Африканського туристичного регіону. Все про туризм: туристична бібліотека. URL: https://tourlib.net/books_ukr/smal23.htm (дата звернення: 27.05.2025).

24. Розвиток туристичного ринку Австралійсько-Океанійського макрорайону. Все про туризм: туристична бібліотека. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/bryzhak.htm (дата звернення: 27.05.2025).

25. Сойма С., Білоусько Т., Вдовічена О. Цифровізація антикризового менеджменту підприємства в умовах війни. Економіка та суспільство. 2022. № 44. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-115> (дата звернення: 27.05.2025).

26. Стешенко О. Д. Антикризове фінансове управління підприємством. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2016. № 54. URL: <https://doi.org/10.18664/338.47:338.45.v0i54.76421> (дата звернення: 15.04.2025).

27. Сучасний стан 4 глобальних системи бронювання. StudFiles. URL: <https://studfile.net/preview/2299597/page:93/> (дата звернення: 08.05.2025).

28. Табенська О. І. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності в Німеччині. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2020. № 34. URL: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2020-34-31> (дата звернення: 08.05.2025).

29. ТОВ ДЖОІН АП!. Опендатабот. URL: <https://opendatabot.ua/c/38729427> (дата звернення: 08.05.2025).

30. ТОВ ДЖОІН-АП!. Clarity Project. URL: <https://clarity-project.info/edr/43051357> (дата звернення: 08.05.2025).

31. Туристичні ресурси Близького Сходу. StudFiles. URL: <https://studfile.net/preview/10761900/page:30/> (дата звернення: 27.05.2025).

32. Туроператор Join UP!. Турагентство (туристичне агентство). URL: <https://joinup.ua/uk/> (дата звернення: 08.05.2025).

33. Тюріна Д. Мобільні додатки як сучасний інструмент інноваційного розвитку в сфері туризму. Економіка та суспільство. 2024. № 68. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-91> (дата звернення: 08.05.2025).

34. Формування туристичного продукту та його просування на ринку. Бібліотека BukLib.net. URL: <https://buklib.net/books/31461/> (дата звернення: 08.05.2025).

35. Шевцова Ю. Розвиток туризму в Сполучених Штатах Америки. Міжнародні відносини і туризм: сучасність та ретроспектива. 2013. № 3. С. 236–239.

ДОДАТКИ

Додаток А



Фінансова звітність за 2024 рік

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ДЖОІН-АП!"
 М. КИЇВ, ВУЛ. ХАРКІВСЬКЕ ШОСЕ, БУД. 201-203, ЛІТЕРА 2А
 (ТОВ "ДЖОІН-АП!")

Код за ЄДРПОУ: [43051357](#)

Дата звіту	31.03.2025
Період	2024 рік, 12 міс
Бухгалтер	Личак Ірина Миколаївна
КАТОТТГ	UA80000000000210193
Кількість працівників	139

Фінансова звітність малого підприємства

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	462.30	826.10
первісна вартість	1001	466.20	922.70
накопичена амортизація	1002	3.90	96.60
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0.00	
Основні засоби:	1010	1 670.60	4 338.00
первісна вартість	1011	2 529.50	5 651.30
знос	1012	858.90	1 313.30
Довгострокові біологічні активи	1020	0.00	
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
Інші необоротні активи	1090	0.00	
Усього за розділом I	1095	2 132.90	5 164.10
II. Оборотні активи Запаси:	1100	150.20	146.20
у тому числі готова продукція	1103	0.00	
Поточні біологічні активи	1110	0.00	
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	30.60	33.60
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	256.50	20.10
у тому числі з податку на прибуток	1136	0.00	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	657 814.80	4 134 796.80
Поточні фінансові інвестиції	1160	0.00	
Г роші та їх еквіваленти	1165	6 086.10	30 114.40
Витрати майбутніх періодів	1170	3 163.90	4 058.20
Інші оборотні активи	1190	84.90	136.10
Усього за розділом II	1195	667 587.00	4 169 305.40
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0.00	
Баланс	1300	669 719.90	4 174 469.50

I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1.00	1.00
Додатковий капітал	1410	0.00	
Резервний капітал	1415	0.00	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-55 193.40	-289 969.40
Неоплачений капітал	1425	0.00	
Усього за розділом I	1495	-55 192.40	-289 968.40
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	226.60	3 185.90
Короткострокові кредити банків	1600	0.00	
III. Поточні зобов'язання Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0.00	
товари, роботи, послуги	1615	1 373.50	2 292.20
розрахунками з бюджетом	1620	342.10	2 155.10
у тому числі з податку на прибуток	1621	0.00	
розрахунками зі страхування	1625	345.20	1 427.20
розрахунками з оплати праці	1630	1 416.60	5 269.00
Доходи майбутніх періодів	1665	0.00	
Інші поточні зобов'язання	1690	721 208.30	4 450 108.50
Усього за розділом III	1695	724 685.70	4 461 252.00
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0.00	
Баланс	1900	669 719.90	4 174 469.50

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	17 850.40	9 852.40
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050		0.00
Інші операційні доходи	2120	119 843.50	4 601.90
Інші операційні витрати	2180	372 063.00	71 064.10
Інші доходи	2240	1 585.80	2 138.00
Інші витрати	2270	1 993.40	0.00
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	139 279.70	16 592.30
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	374 056.40	71 064.10
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	-234 776.70	-54 471.80
Податок на прибуток	2300		735.80
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	-234 776.70	-55 207.60