

ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНОЮ ФІРМОЮ

*Кошленко К.Ю., Кайдалова А.В.**

*доцент кафедри менеджменту та адміністрування, к.ф.н.

напрямок підготовки «Менеджмент», 2 курс

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Інноваційний менеджмент являє собою самостійну галузь управлінської науки та професійної діяльності, яка спрямована на формування й забезпечення умов інноваційного розвитку будь-якої організації. Основним завданням інноваційного менеджменту, як складової стратегічного управління організацією, є визначення основних напрямів її науково-технічної і виробничої діяльності в таких сферах: розробка й запровадження нової продукції; вдосконалення й модифікація продукції, яка виготовляється, надання їй більшої оригінальності; зняття з виробництва застарілої продукції; залучення до виробничої діяльності нових ресурсів і нових технологій; освоєння нових методів організації виробництва та праці тощо.

З кожним роком туристичний бізнес приносить все більше доходів. Така тенденція відзначається не тільки в нашій країні, але і по всьому світу. В результаті цього збільшується кількість організацій і підприємств які працюють у цій галузі. Фірми починають конкурувати між собою, і для того, щоб рости і розвиватися необхідно вдосконалюватися і впроваджувати будь-які нововведення в роботу організації. Що стосується терміну «нововведення», то найбільш близьким його синонімом є термін «інновація».

Туристичний бізнес – це широкий спектр надання послуг і внаслідок цього, у фірм, що надають їх, з'являються конкуренти. Проблеми підвищення конкурентоспроможності вирішуються шляхом розробки і реалізації відповідних стратегій. За своєю сутністю будь-які стратегічні плани і дії, що робляться фірмою, носять інноваційний характер.

Так чи інакше, вони засновані на нововведеннях, якісно та/або кількісно перетворюючих її економічний, виробничий або збутовий потенціал.

Прикладом може служити така система як кластер. Її сутність полягає в об'єднанні кількох організацій з метою роботи на єдиний результат. Це одне з останніх нововведень у сфері діяльності туристичних фірм.

У туристичній фірмі успішно користуються комп'ютерною технікою та спеціалізованими комп'ютерними технологіями для діловодства, ведення бухгалтерського обліку та технологічних операцій з клієнтами і партнерами. Наприклад, спеціалізований програмний комплекс Voyage Office Pro дозволяє різко скоротити час виконання операцій, а також виробничу собівартість туристичного продукту. Ця програма дозволяє працювати в наступних режимах:

1. Робота з клієнтом при підборі туру і пакета послуг, калькулювання індивідуального туру, бронювання послуг, укладення та ведення договору та інших документів, облік оплати послуг;

2. Робота з партнерами із закупівлі послуг (готелів, транспортних послуг тощо), Формування прайс-листів фірми на підставі умов контракту з виконавцями послуг, з продажу пакета послуг фірмам-агентам, підготовці стандартних та індивідуальних пакетів послуг, а також по контролю надходжень заявок і оплати від агентів і ін.;

3. Формування баз даних, що використовуються для обліку, аналізу розрахунків, складання документів та ін.;

4. Калькуляція туру з урахуванням всіх особливостей їх реалізації;

5. Отримання даних аналізу про результати роботи фірми (наповнюваність, прибутковість рейсів, ефективність роботи фірми за напрямками і ін.).

Так само одним з нововведень туристичної фірми є «Он-лайн бронювання». Дана система передбачає собою укладення договорів з провідними туроператорами та роботи з ними через Інтернет, тобто обмін

інформацією відбувається по електронній пошті, або з сайтів операторів. Зручність даної системи полягає в тому, що на протязі 2-3 хвилин оператори відповідають на запит агентів.

Також одним з нововведень є те, що більшість фірм має свою електронну адресу та клієнти знаючи про це розсилають список своїх вимог по фірмах. І та туристична фірма, яка швидше відреагує і надасть найбільш вигідний пакет послуг, буде у вигазі.

Впровадження нових туристичних послуг не просто бажано, а й необхідно як умова виживання в конкурентній боротьбі між туристичними фірмами. Розширюється спектр послуг, використовуються нові туристичні ресурси. До туристичних ресурсів відносяться природно-кліматичні умови, історичні, соціально-культурні та інші об'єкти (парки, заповідники, архітектурні споруди, пам'ятки історії та культури).

Зростаючим попитом користуються природні пам'ятки: собори, мечеті, культові музеї та духовні центри. Інноваційна діяльність необхідна для розвитку будь-якого підприємства. Ефективність інноваційних перетворень вимагає розвиненої науково-технічної та інноваційної інфраструктури, формування якої – одна з головних задач в загальній проблематиці інноваційного менеджменту.

У висновку хотілося б відзначити, що нововведення як процес зміни характерний своєю необоротністю, спрямованістю і закономірністю. Тільки одночасна наявність цих трьох властивостей у проведених змінах пов'язує їх з процесом розвитку. Класифікує їх як реалізацію «функції розвитку» стосовно до конкретного об'єкта управління. На підставі останнього можна зробити висновок, що управління нововведеннями (інноваційний менеджмент) – це процес управління розвитком підприємства (фірми).