

Продовження таблиці 2

Задачи, которые решаются с помощью информационно-коммуникационных технологий	Программные продукты ИКТ
<p>Возможность автоматизировать ведение дел с контрагентами, организацию мероприятий, расчет и контроль ключевых показателей продаж. Позволяет применять индивидуальный подход к каждому клиенту, отслеживая и накапливая всю информацию о нем; анализировать потребности потребителей и свои возможности; планировать рекламные кампании; проводить анкетирование, а также анализ рынка.</p> <p>Наличие элементов стратегического планирования, SWOT-анализа способствуют эффективному управлению внутренней и внешней средой.</p>	<p>Модуль «БС Маркетинг» системы BS Integrator. Пакеты стратегического учета и анализа: COMFAR, PROPSPIN, Alt-Invest, Time Line, Primavera</p>
<b>Финансы</b>	
<p>Позволяет выявлять проблемы и перспективы развития.</p> <p>Программные продукты, которые используются в деятельности турпредприятий представлены двумя системами: для финансового анализа и для оценки инвестиций. Программные продукты для автоматизации финансового анализа позволяют получить оценку общего финансового состояния предприятия и отдельных показателей финансовой деятельности.</p>	<p>Система BS Integrator, которая содержит модуль «БС Финансы», программа «Финансовый анализ» фирмы «Инфо-софт».</p>
<p>Для анализа эффективности инвестиционных вложений и комплексного сравнительного анализа объектов капиталовложений.</p>	<p>«Project Expert», «Альт-Инвест», Microsoft project</p>
<b>Персонал</b>	
<p>Автоматизации общих задач управления персоналом: учет, анализ, систематизация данных о движении кадров, системы учета труда и заработной платы сотрудников туристического предприятия</p>	<p>Модули «Парус-Персонал», «Парус-заробитна плата» системы Парус 7.</p>
<p>Позволяет автоматизировать кадровый документооборот, ведение календаря и табелирование рабочего времени. Кроме того, в модуле есть функция для организации подбора персонала на предприятии и автоматизации всего докум.ентооборота.</p>	<p>Комплексная система BS Integrator с модулем «БС Персонал»</p>
<b>Эккаунтинг</b>	
<p>Финансовый модуль совмещает возможности бухгалтерского учета и анализа хозяйственной деятельности, он осуществляет: введение первичных бухгалтерских документов; составление отчетов за определенный период; контроль взаиморасчетов; анализ и контроль за финансовым состоянием предприятия; получение информации о туристической деятельности, а также наличных и безналичных счетах; анализ загрузки маршрутов; рентабельность туристических направлений и отдельных дестинаций и тому подобное. Модуль управления документооборотом и внешними связями предусматривает: хранение, передачу, редактирование документов, с одной стороны, и подготовку документов к отправлению потребителю по факсу или модему, а также передачу информации между агентствами, центральным офисом и отделом продажи, с другой стороны.</p>	<p>Программа «Туристический офис».</p>

Применение ИКТ при осуществлении этих процессов обеспечит качественное управление туристическим предприятием.

**Выводы.** Автоматизация процесса управления информацией способствует обеспечению качественно нового подхода к принятию управленческих решений. Таким образом, в условиях современного рынка при увеличении объемов туристических прибытий и растущей конкуренции, туристические предприятия зависят от эффективного менеджмента, который не возможен без использования современных ИКТ, которые обеспечивают быструю реакцию на потребности клиентов и максимальное их удовлетворение, в соответствии с полученными требованиями, гибкость предприятия, упорядоченность и согласованность операционной деятельности.

1. Квартальнов В.А. Туризм : учеб. / В.А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 336 с.
2. Крамарчук С.П. Інформаційне забезпечення в системі менеджменту туристичних підприємств / С.П. Крамарчук, І.І. Смачило // Технологічний аудит і резерви виробництва. – 2014. – № 3.3. – С. 17–19.
3. Мальська М.П. Туристичний бізнес: теорія та практика / М.П. Мальська, В.В. Худо. – К. : Центр учбової літ-ри, 2012. – 368 с.
4. Мельниченко С. Інформаційні технології в управлінні суб'єктами туристичної діяльності / С. Мельниченко // Вісник Київського нац. торг.-екон. ун-ту. – 2010. – № 2. – С. 131–143.
5. Стоян К.С. Вдосконалення механізму інформаційного забезпечення підприємств з надання послуг міжнародного туризму / К.С. Стоян // Технологічний аудит та резерви виробництва [Електронний ресурс]. – 2013. – № 1/3 (9). – С. 44–47. – Режим доступу : <http://journals.urau.ua/tarp/article/view/12259>.
6. Останкова Е.С. Business process fusion: организация и управление деятельностью предприятия в режиме реального времени / Е.С. Останкова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.klubok.net>

**Дроботова М.В., Куценко Н.А.**

Черкасский национальный университет  
имени Богдана Хмельницкого, г. Черкассы, Украина

## **ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ В ТУРИЗМЕ**

**Постановка проблемы.** Инновационная сфера экономики уже к концу прошлого века превратилась в развитых странах в главный фактор экономического прогресса [2]. В последние годы развитые страны до двух третей годового экономического эффекта получают за счет внедрения в практическую деятельность различных инноваций: продуктовых, технологических, управленческих, структурных, организационных, методологических и др.

Ключевыми условиями коммерческой эффективности инновационного предпринимательства являются [4]:

- поиск новых путей развития;
- поиск новых возможностей роста;
- внедрение новых форм бизнеса;
- исследование новых методов «вплоть» до создания новой отрасли экономики.

**Анализ последних исследований.** На наш взгляд, в настоящее время в туристической сфере Украины сложились определенные предпосылки для интенсификации инновационной компоненты туристического бизнеса путем создания и осуществления комплекса инновационных проектов. Такой вывод подтверждается, например, принятием целевых государственных комплексных программ [1]. Такие программы имеют все признаки мегапроектов, осуществляемых в туристической отрасли экономики Украины. Глобальное значение подобных проектов определяется тем, что мощные инвестиции в Украину так и не пришли, не ожидаются они и в обозримой перспективе. Причиной этого не являются предметом данного исследования. Касательно же инновационных проектов в туризме то их актуальность определяется, главным образом, низкой капиталоемкостью (величиной разовых затрат). Ограниченность финансирования, парализующая украинскую экономику, объективно дает преференции таким отраслям, как туризм.

**Цель статьи.** Не ставя перед этой статьей целей всестороннего освещения проблем разработки и осуществления инноваций в форме проектов туристического бизнеса, считаем необходимым сосредоточиться на основных аспектах внедрения инновационных проектов в туризме.

**Изложение основного материала.** Считаем наиболее актуальным и необходимым сосредоточиться на следующих положениях:

1. Туристический бизнес Украины остро нуждается в новых турпродуктах, которые были бы конкурентоспособны на внутреннем и международном рынках турпослуг, те есть требует скорейшего обновления номенклатуры предложения.

2. Преобладание мелких субъектов хозяйствования в туристическом бизнесе Украины делает проблематичным создание новых турпродуктов даже при условии низкой капиталоемкости таких проектов без инновационных подходов к формам организации проектов.

3. Наиболее перспективной формой мобилизации ресурсов отдельных хозяйствующих субъектов туристического бизнеса на осуществление инновационных проектов (программ) видится кластеризация туристического рынка с последующей его структурной реорганизацией в виде холдинговых компаний [5]. Такой подход сам по себе уже является мощным инновационным проектом.

4. Комплексное и системное создание и продвижение на туристическом рынок инновационных продуктов (товаров, услуг) с достижением приемлемого уровня их коммерческой эффективности представляется возможным лишь в виде инновационных проектов.

5. Под инновационным проектом мы понимаем наперед проработанное и спланированное изменение в какой-то экономической системе, требующее для достижения целей проекта мобилизации необходимых и достаточных ресурсов (информационных, кадровых, финансовых, материальных, временных и др.) и координации действий всех участников проекта.

6. Очевидно, что кластеризация рынка турпродуктов с внедрением на нем инновационных организационных форм по типу холдингов наиболее адекватна самой природе и сущности инновационных проектов, изложенных в пункте 5.

7. Инновационный проект позволяет его участникам достигать максимально возможной коммерческой эффективности благодаря действию закона экономической эмерджентности, работающего «на полную мощность» в организованных системах, какой и выступает инновационный проект.

8. Бизнесу важно иметь убедительные доказательства коммерческой (финансовой) эффективности инновационных проектов в туризме. Создание методик ее оценки представляется достаточно сложной задачей с точки зрения идентификации и стоимостной оценки всего многообразия возможных результатов то такого проекта. Но, тем не менее, задача это решаемая.

9. Учитывая специфику кадрового потенциала туристической отрасли, считаем целесообразным, инновационные идеи передавать на договорных началах для их практической реализации специализированным девелоперским фирмам, способным выполнить проект «под ключ».

Одним из убедительных примеров инновационных проектов в туризме является создание, обработка и внедрение паломнических туров, например, для православных христиан. Известны экскурсии в Почаев или Киево-Печерскую Лавру и т.п. Мусульмане же, проводя свои хаджи, посещают все святые места и объекты. Их и в православии целый ряд. Разрабатывая проект такого тура нужно начать с изучения истории православия и возникновения самых почитаемых, намоленных объектов этой ветви религии, которая доминирует в Украине, Молдавии, Румынии, Болгарии, Сербии, Македонии, Черногории, Словении, Словакии, Белоруссии, России, Грузии, Армении. Должна быть изучена также социальная, транспортная и другая инфраструктура в окружении объектов поклонения. А затем сформировать и всесторонне обосновать возможные маршруты, заключить необходимые хозяйственные договора с партнерами (питание, проживание, транспорт, экскурсии и др.) После выполнения экономических оценок таких турпродуктов необходима их практическая апробация с последующим устранением возможных недочетов, упущений и ошибок.

Одной из инновационных технологий в туризме 25 лет назад стали «культурные пути», разработку которых активно пропагандирует и поддерживает Совет Европы (СЕ). Первым таким культурным путем, который в 1987 году сертифицировал СЕ, став путь Св. Якова, старейший, длиннейший та самый разветвленный паломнический путь в Европе. Этот путь или вернее пути пролегают через Бельгию, Францию, Германию, Италию, Люксембург, Швейцарию, Португалию и ведут к испанскому городу Сантьяго-де-Компостела, где, по преданиям покоятся мощи св. Апостола Якова. Каждый год этим путем проходят миллионы паломников. Что бы турист-паломник не сбился с дороги по всему пути он видит желтую ракушку с солнечными лучами – лого пути Св. Якова (рис. 1).

Вокруг паломнических дорог выросла целая туристическая индустрия: хостелы, отели, рестораны, кафеини, визит-центры, сувенирные рынки.



Рис. 1. Логотип «культурного пути» Св. Якова

**Выводы.** Все, что приведено в примере, только подтверждает необходимость объединения большого числа разновекторных и разномасштабных факторов в некую оптимизируемую систему, условно называемую инновационным проектом в туризме. В таком проекте становится возможным не только спрогнозировать его характеристики, обосновать маркетинговую концепцию, организационно-техническую конфигурацию кадровое обеспечение и др., но и достичь поставленных перед ним целей, одной из которых всегда должно быть развитие (не рост) туристического бизнеса.

1. Державна програма розвитку туризму в Черкаській області 2012–2020 рр.
2. Гонтержевська Л.Г. Ринок туристських послуг в Україні / Л.Г. Гонтержевська – Донецьк : СВД, 2008. – 180 с.
3. Медынский В.Г. Инновационное предпринимательство / В.Г. Медынский, К.Г. Шершунова. – М. : ИНФРА-М., 1997. – 237 с.
4. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М. : Прогресс, 1982. – 172 с.
5. Дроботова М.В. Кластеризація туристської галузі Черкаської області як інструмент підвищення її ефективності / М.В. Дроботова, М.О. Куценко // Збірник наукових праць ЧДТУ. Серія: економічні науки. – Вип. 33. – Ч. 1. – Черкаси : ЧДТУ, 2013. – 169 с.