

Кокорєва О.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, маркетингу і туризму
Херсонський національний технічний університет

Корчевська Л.О.

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри менеджменту, маркетингу і туризму
Херсонський національний технічний університет

Глинська А.Є.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, маркетингу і туризму
Херсонський національний технічний університет

Kokorieva Olha

PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Management, Marketing and Tourism
Kherson National Technical University

Korchevska Liliya

Doctor of Economics, Professor,
Professor at the Department of Management, Marketing and Tourism
Kherson National Technical University

Glynska Anastasiya

PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Management, Marketing and Tourism
Kherson National Technical University

УПРАВЛІННЯ КРЕАТИВНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПЕРСОНАЛУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ ІННОВАЦІЙНИХ І КОМУНІКАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Кокорєва О.В., Корчевська Л.О., Глинська А.Є. Управління креативним потенціалом персоналу туристичного підприємства на засадах інноваційних і комунікативних технологій. У статті розглянуто важливі аспекти управління креативним потенціалом персоналу туристичного підприємства на засадах інноваційних та комунікативних технологій. Розглянуто питання, пов'язане з необхідністю розвитку креативного потенціалу персоналу туристичного підприємства. Надано характеристику інноваційного програмного забезпечення, яке дає змогу туроператорам розміщувати свої пропозиції в єдиному інформаційному полі туристичної системи та оперативно управляти ними, полегшує управлінську діяльність керівників туристичних підприємств і має низку позитивних ефектів від впровадження в діяльність туристичного підприємства. Надано визначення поняття «управління креативним потенціалом персоналу на туристичному підприємстві». Наголошено на необхідності підтримки держави щодо впровадження в діяльність туристичних підприємств інноваційних та комунікативних технологій.

Ключові слова: креативний потенціал персоналу, інноваційні та комунікативні технології, управління креативним потенціалом підприємства, інновації, управління персоналом, туристичне підприємство.

Кокорєва О.В., Корчевская Л.А., Глинская А.Е. Управление креативным потенциалом персонала туристического предприятия на основе инновационных и коммуникативных технологий. В статье рассмотрены важные аспекты управления креативным потенциалом персонала туристического предприятия на основе инновационных и коммуникативных технологий. Рассмотрен вопрос, связанный с необходимостью развития креативного потенциала персонала туристического предприятия. Предоставлена характеристика инновационного программного обеспечения, которое позволяет туроператорам размещать свои предложения в едином информационном поле туристической системы и оперативно управлять ими, облегчает управленческую деятельность руководителей туристических предприятий и имеет ряд положительных эффектов от внедрения в деятельность туристического предприятия. Предоставлено определение понятия «управление креативным потенциалом персонала на туристическом предприятии». Сделан акцент на необходимости поддержки государства по внедрению в деятельность туристических предприятий инновационных и коммуникативных технологий.

Ключевые слова: креативный потенциал персонала, инновационные и коммуникативные технологии, управление креативным потенциалом предприятия, инновации, управление потенциалом, туристическое предприятие.

Kokorieva Olha, Korchevska Liliya, Glynska Anastasiya. Management of creative potential of the personnel of the tourist enterprise on the basis of innovative and communicative technologies. The article considers important aspects and topical issues related to the management of the creative potential of the staff of the tourist enterprise on the basis of innovative and communicative technologies. An analysis of the scientific literature in this area, the results of which revealed that the issue of managing the creative potential of tourism enterprises in the scientific community is covered in a rather fragmentary manner and needs more in-depth study. The article discusses current issues to be supported at the level of state leadership related to the need to develop the creative potential of staff in tourism enterprises, and notes that this is critical for the production of technological creativity and commercial innovation. It is noted that the introduction of modern information technology in the management system requires significant investment of managers of tourism enterprises, but at the same time will reduce labor costs, improve quality and expand the range of services, reduce preparation time for new services and increase service flexibility. The article describes innovative software that allows tour operators to place their proposals in a single information field of the tourist system and quickly manage them, facilitates the management of tourism managers and has a number of positive effects from the implementation of the tourist enterprise. Emphasis is placed on the need to introduce innovative and communicative technologies in the field of tourism due to the relatively rapid pace of their renewal. An example of a creative decision of tourism managers in a coronavirus pandemic is given. The concept of “management of creative potential of staff at a tourism enterprise” is defined as a special management activity aimed at enhancing creative and communicative activities of employees to generate, search, develop and implement creative ideas, evaluate and select them to implement innovative enterprise development and obtain high economic, social, environmental results. The need for state support for the introduction of innovative and communication technologies in the activities of tourism enterprises are noted.

Key words: creative potential of personnel, innovative and communicative technologies, management of creative potential of the enterprise, innovations, personnel management, tourist enterprise.

Постановка проблеми. За останній час сфера туризму й туристичні підприємства зазнали істотних випробувань, насамперед через поширення пандемії коронавірусу. Через вимушені обмежувальні заходи, які запроваджує керівництво країн, на пересування громадян, карантин, заборону авіаперевезень керівники туристичних підприємств зіштовхуються з проблемами, пов'язаними з виживанням, вони вимушені балансувати на межі банкрутства, крім того, мають проблеми зі втратою вже кваліфікованих фахівців у цій справі. Окреслені проблеми потребують швидшого вирішення, вжиття рішучих заходів з боку держави та грамотного управління керівників туристичних підприємств креативним потенціалом персоналу, впровадження інноваційних та комунікативних технологій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Формування, розвиток та впровадження інноваційних та комунікативних технологій у сферу туристичного бізнесу відображені в наукових працях сучасних науковців, таких як С.В. Мельниченко [1], М.М. Скопень [2] Д. Бухаліс (Dimitrios Buhalis) [3; 4].

Дослідженню понять «креативність» і «креативний менеджмент» як запоруки організаційного успіху присвячено багато робіт вітчизняних і зарубіжних учених. Однак дослідження управління саме креативним потенціалом туристичного підприємства має фрагментарний характер. Так, українська науковець Н.В. Савицька [5] зазначає, що управління креативним потенціалом є конкретною функцією менеджменту, яка реалізується через його загальні функції, такі як планування, мотивація, організація, контроль.

Ю.В. Правик розглядає питання ведення туристичного бізнесу після COVID-19 і трансформації туристичної галузі після пандемії, зокрема викладає маркетинговий підхід до виходу з кризи.

Необхідність подальшого дослідження управління креативним потенціалом персоналу туристичного під-

приємства та його ролі у формуванні креативних здібностей персоналу, що сприяє активізації інноваційного розвитку туристичного підприємства, визначає актуальність і доцільність роботи.

Формулювання завдання дослідження. Метою статті є обґрунтування необхідності управління креативним потенціалом персоналу туристичного підприємства на засадах інноваційних та комунікативних технологій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Персонал є одним із ключових елементів ефективної діяльності туристичного підприємства, тому потребує відповідного управління кадровим потенціалом, під яким у туристичній індустрії розуміють уміння персоналу застосовувати нові знання та технології, реагувати та приймати креативні організаційні та управлінські рішення, які спрямовані на підвищення якості послуг, задоволення потреб подорожуючих, а також створення позитивного іміджу туристичного підприємства.

Сфера туризму вимагає застосування інноваційних та комунікативних технологій, які за найкоротший проміжок часу можуть надати відомості про доступність транспортних засобів, забезпечити швидке резервування, вирішення низки питань у момент надання туристичних послуг. Особливо актуальним це є для операторів, що працюють у сфері в'їзного туризму, отже, мають справу з туристичними агенціями країн, у яких поширення інформаційних технологій має тривалу історію, а нині розвивається більш значними темпами [6, с. 111].

В Україні створено автоматизований інформаційно-рекламний центр «Українська туристична інформаційна система», що має вихід в Інтернет. Це є суттєвим кроком у напрямку створення українського інформаційного туристичного простору та його інтеграції у світовий інформаційний туристичний простір. Програмне забезпечення таких систем дає змогу туроператорам розміщувати свої пропозиції в єдиному інформацій-

ному полі туристичної системи та оперативно управляти ними, а саме виставляти нові пропозиції, змінювати ціну, призупиняти продажі [6, с. 115].

Разом із безперечними позитивними моментами, такими як економія витрат на робочу силу, диверсифікація послуг, скорочення термінів підготовки нових послуг і підвищення якості процесу обслуговування, впровадження новітніх інформаційних технологій у систему управління вимагає від керівників туристичних підприємств значних капіталовкладень. Крім того,

через швидкий темп оновлення інноваційних розробок програмне забезпечення швидко втрачає свою актуальність, а внаслідок швидкого оновлення втрачає функціональні якості протягом короткого проміжку часу, що робить оцінювання витрат і позитивних ефектів ще більш проблемним завданням.

В табл. 1 представлено найпопулярніше програмне забезпечення, що дає змогу керівникам туристичних підприємств ефективно управляти бізнес-процесами та заощаджувати на видатках на персонал.

Таблиця 1

**Програмне забезпечення, що використовується
для автоматизації роботи персоналу туристичних підприємств**

Програмне забезпечення	Характеристика
«Парус-Підприємство»	Проста та зручна, потужна повнофункціональна система, що дає змогу автоматизувати усі облікові та управлінські задачі, характерні для підприємств малого та середнього бізнесу.
«Парус-Консультант»	Система, в базі даних якої зібрано низку нормативних документів, що регламентують порядок оподаткування фізичних та юридичних осіб, ведення бухгалтерського обліку, зовнішньоекономічної діяльності та стосуються інших аспектів діяльності турпідприємства.
«Парус-Турагенство»	Система, що дає змогу вести деталізований облік параметрів клієнта, вести облік особистих даних, враховувати параметри квитків на різні види транспорту, здійснювати візову підтримку, формувати рахунки, угоди та платіжні документи, вести облік розрахунків із клієнтами та здійснювати інші операції.
«Парус-Готель»	Система, що полегшує управління номерним фондом, автоматизує процеси бронювання, реєстрації та виїзду клієнтів, формує вартість наданих послуг, здійснює розрахунки з клієнтами, дає змогу формувати актуальну базу даних про номерний фонд, послуги, клієнтів, дає змогу роздрукувати основні форми документів, що використовуються в готельному бізнесі, а також звіти про основні аспекти діяльності готелю. Також слід відзначити системи «Парус-Ресторан», «Парус-Лікувальний заклад», «Парус-Менеджмент і маркетинг».
«САМО-ТурАгент»	Програма, призначена для автоматизації турагентств. Вона дає змогу вести базу даних по заявкам клієнтів, взаєморозрахункам з туристами та туроператорами, оформляти друковані документи. Програма дає можливість підтримувати налаштування та поповнення систем звітів, вести облік телефонних дзвінків. Взаємодіє з програмними комплексами, що підтримують формат TravelXML. Дає змогу використовувати пропозиції різних систем пошуку та бронювання.
«САМО-Тур-автоматизація туроператора»	Призначений для автоматизації туроператорської діяльності. Дає змогу формувати турпакет із послуг постачальників, розраховувати прайс-листи і готувати електронний та паперовий каталоги цін. Робить можливим облік проданих турів, платежів за них, взаєморозрахунків з постачальниками. При цьому ведеться контроль обмежених послуг та готується повний пакет документів для туриста. Програма містить більш ніж 200 готових форм різноманітних документів. Здійснюється обмін даними з програмними комплексами «САМО-ТурАгент» та «SAMO-Incomming».
«Майстер-Тур»	Охоплює всі аспекти діяльності турфірми: від створення прайса і каталогів до реалізації турпродукту, від розрахунку реальної собівартості до ведення взаєморозрахунків з постачальниками, від оперативного обліку до управлінського. Дає можливість доступу до інформації про кожен тур, про кожного клієнта, про кожного партнера і взаєморозрахунки; забезпечує точність у виконанні калькуляції туру; дає змогу легко заповнювати стандартні форми документів. Використовується в роботі менеджерів під час створення та продажу туру, касирів, візового й чартерного відділів і відділу бронювання, економіста, бухгалтера, маркетолога, фінансового директора, генерального директора.
«Майстер-Агент»	Призначена для автоматизації діяльності туристичного агентства. Дає змогу завантажувати ціни операторів для подальшого пошуку за датою заїзду, країною, готелем і ціною. Допомогає швидко оформляти заявки, автоматично формувати і друкувати безліч документів (листи бронювання, путівки, договори тощо).
«АероПринт Плюс»	Програмний комплекс, призначений для автоматизації друку авіаквитків на будь-яких бланках. Маска квитка автоматично заповнюється із систем бронювання GABRIEL, AMADEUS, СИРЕНА, WORLDSPAN, GALILEO. Дає змогу легко і наочно редагувати й додавати нові бланки, забезпечує друк різних платіжних документів, супроводжуючих продаж авіаквитків, формує базу даних по проданих квитках та інших послугах, що дає можливість отримувати будь-які види звітності.

Джерело: сформовано автором на основі джерела [6, с. 148–150]

Креативний потенціал персоналу, впровадження в діяльність новітніх технологій і комунікативних інновацій є невід'ємною складовою частиною успішної діяльності туристичного підприємства, в основі якого лежить творча самореалізація людини. Вона має основне значення для виявлення креативного характеру й потенціалу персоналу, що передбачає розвиток туристичної діяльності, яку слід розвивати як на індивідуальному, так і на суспільному рівнях.

Креативний потенціал персоналу на туристичних підприємствах є критично важливим для продукування технологічної креативності й комерційних інновацій, а також для розвитку творчої сутності особистості. Тим більше, сьогодні розвиваються смарт-технології як креативний елемент туристичного бізнесу, що включають інтелектуальні і розумні технології, які мають багато функціональних особливостей, що можуть бути адаптовані до туристичної діяльності [6, с. 108–110].

Так, у результаті кризи, пов'язаної з коронавірусом, потреба людей подорожувати та пізнавати щось цікаве й нове не зникла, а підприємливі керівники туристичних фірм винайшли креативний шлях розвитку «віртуального туризму», де кожен бажаючий може безоплатно завітати або купити віртуальний тур чи екскурсію до

бажаного місця. Безоплатні віртуальні тури та екскурсії також важливі з точки зору маркетингової стратегії підприємства, збору контактної інформації споживачів туристичного продукту. Цей інноваційний продукт дав можливість туристичним фірмам не так боляче реагувати на сучасні виклики, пов'язані з пандемією. Крім того, експерти в галузі туризму впевнені, що цей напрям буде популярний і після подолання пандемії.

Висновки. Отже, управління креативним потенціалом персоналу на туристичному підприємстві – це особлива управлінська діяльність, що спрямована на активізацію творчої і комунікативної діяльності працівників щодо генерування, пошуку, розвитку та впровадженні креативних ідей, їх оцінювання та вибору задля реалізації інноваційного розвитку підприємства та одержання стійких і достатніх економічних, екологічних та соціальних результатів.

Важливість та необхідність генерування нових ідей у галузі туризму, розвитку креативного потенціалу персоналу, впровадження в діяльність інноваційних та комунікативних технологій має бути підтримано на рівні керівництва держави, а керівники туристичних підприємств мають знаходити додаткові стимули для розвитку компаній у цьому напрямі.

Список використаних джерел:

1. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. Київ : КНТЕУ, 2007. 493 с.
2. Скопень М., Сукач М. Інформаційні системи і технології маркетингу в туризмі. Київ : Каравела, 2010. 336 с.
3. Buhalis D. E-Tourism: information technology for strategic tourism management. London : Pearson, 2003.
4. Egger R., Buhalis D. E-Tourism Case studies: Management & Marketing issues in e-Tourism. Oxford : Butterworth Heinemann, 2008.
5. Савіцька Н.В., Коломієць О.Л. Управління креативним потенціалом підприємства: стратегія і тактика. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2012. № 727 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. С. 143–149.
6. Гуцол А.В. Інноваційні технології в туризмі : навчальний посібник. Сєверодонецьк : Поліграф-Сервіс, 2015. 343 с.

References:

1. Meljnuchenko S.V. (2007) Informacijni tehnologhiji v turyzmi: teorija, metodologhija, praktyka [Information technologies in tourism: theory, methodology, practice]. Kyiv: KNTEU. (in Ukrainian)
2. Skopenj M.M., Sukach M.K. (2010) Informacijni systemy i tekhnologhiji marketynghu v turyzmi [Information systems and marketing technologies in tourism]. Kyiv: Karavela. (in Ukrainian)
3. Buhalis D. (2003) E-Tourism: information technology for strategic tourism management. London: Pearson.
4. Egger R., Buhalis D. (2008) E-Tourism Case studies: Management & Marketing issues in eTourism. Oxford: Butterworth Heinemann.
5. Savicjka N.V. (2012) Upravlinnja kreatyvnyom potencialom pidpryjemstva: strateghija i taktyka [Management of creative potential of the enterprise: strategy and tactics]. *Visnyk Nacionaljnogho universytetu "Ljvivsjska politekhnika"*, no. 727, pp. 143–149.
6. Ghucol A.V. (2015) Innovacijni tekhnologhiji v turyzmi [Innovative technologies in tourism]. Sievierodonetsk: Polihraf-Servis. (in Ukrainian)