

РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Ли Чанцзянь, С. Н. Костюкова

Белорусский государственный университет, г. Минск, Республика Беларусь

В статье представлены направления повышения эффективности инновационной политики туристической организации в рамках снижения последствий развития коронавирусной инфекции и ограниченности выезда за рубеж.

Ключевые слова: инновации; инновационная политика; эффективность; туристическая организация.

DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION OF INNOVATIVE POLICY OF A TOURIST ORGANIZATION

Li Changjian, S. N. Kostjukova

Belarusian State University, Minsk, Republic of Belarus

The article presents ways to increase the effectiveness of the innovation policy of a tourism organization in the framework of reducing the consequences of the development of coronavirus infection and the limited travel abroad.

Key words: innovations; innovation policy; efficiency; tourism organization.

Инновационная политика определяет организацию работ по разработке, внедрению и использованию инноваций в деятельности организаций, в т.ч. туристических. И является тем элементом, который создает системность действий по внедрению инноваций в организации.

Актуальность инновационной политики обусловлена тем, что построение постиндустриального общества и достижение высокого качества жизни людей возможны лишь на основе информационных и других наукоёмких технологий, которые интенсивно развиваются в нашей стране, в том числе имеют место в туристической индустрии.

В этой связи в работе поставлена цель: на основе изучения действующей инновационной политики туристической организации, предложить направления ее совершенствования.

Прежде всего, следует рассмотреть основные этапы механизма реализации инновационной политики организации. Здесь внимание должно быть направлено на:

- диверсификацию производства;
- увеличение доли рынка;
- повышение устойчивости к воздействию конкурентов;

- экономию ресурсов и снижение себестоимости производства продукции;
- увеличение платежеспособности предприятия;
- управление финансами и финансовой устойчивостью;
- развитие и повышение качества системы управленческого менеджмента и коммуникаций управления [1, с. 171].

Инновации в деятельности туристической организации ООО «Альфа» следует рассматривать как системные мероприятия, имеющие качественную новизну и приводящие к позитивным сдвигам. Нововведения в управлении туристической организации ООО «Альфа» характеризуются специфическим содержанием и обуславливаются ее задачами.

Исходя из этого выделим три основные направления инновационной политики туристической организации ООО «Альфа» (рисунок 1).

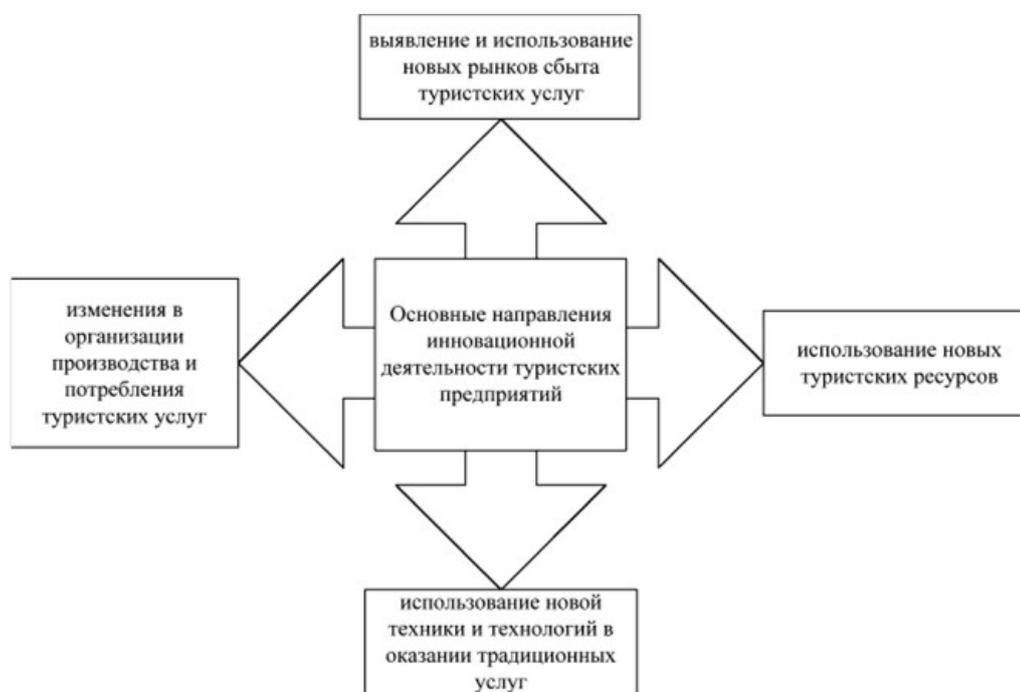


Рисунок 1 – Направления инновационной деятельности организации

Источник: собственная разработка.

Одним из инновационных направлений развития туристической организации является создание организации выездов туристического клуба «Золотая пора» по различным местам Республики Беларусь.

Исходя из результатов проведенного анализа инновационной деятельности туристической организации, можно предложить основные направления совершенствования ее инновационной политики путем развития инновационных технологий:

- Разработать сайт организации с возможностью поддержки функции голосового поиска, так как в данный момент сайт отсутствует;
- Сделать интернет-витрину в социальной сети ВКонтакте;
- Провести мероприятия по SMM продвижению.

Далее произведем обоснование эффективности предложенных мероприятий.

Согласно первому направлению, была определена стоимость создания сайта с интегрированной технологией голосового поиска Web Speech Api, которая составила 12,16 тыс. руб.

Эксплуатационные затраты по сервисной поддержке сайта включают следующие статьи затрат:

- обслуживание сайта;
- услуги хостинга.

Расчеты показали, что сумма затрат составит 2,48 тыс. руб.

Основные выгоды от создания сайта следующие:

- повышение объемов и количества продаж туристических услуг через сайт, а также за счет внедрения продажи, используя технологии голосового поиска Web Speech Api. Так как согласно исследований специалистов по маркетинговым коммуникациям прирост выручки от проведения аналогичных мероприятий составляет от 15 до 30%.

- сокращение доли себестоимости продукции с 70 % до 60 % за счет повышения объемов продаж организации (за счет повышения объемов заказов через интернет и переноса части бизнес-процессов в Интернет).

- сокращение расходов на реализацию на 7% за счет переноса части бизнес-процессов в Интернет.

Далее проведем расчет эффективности использования интернет-витрины в социальной сети ВКонтакте. Перечислим основные выгоды от интернет-витрины в социальной сети ВКонтакте:

- повышение объемов и количества продаж продукции организации за счет грамотно организованной продажи через интернет-витрину в социальной сети ВКонтакте, так как согласно исследований специалистов по маркетинговым коммуникациям прирост выручки от проведения аналогичных мероприятий составляет от 10 до 15%;

- сокращение доли себестоимости продукции с 70 % до 60 % за счет повышения объемов продаж организации (за счет повышения объемов заказов через интернет и переноса части бизнес-процессов в интернет-витрину в социальной сети ВКонтакте).

- сокращение расходов на реализацию на 3% за счет переноса части бизнес-процессов в интернет-витрину в социальной сети ВКонтакте.

Расходы на поддержание в актуальном состоянии интернет-витрины в социальной сети ВКонтакте, составляют 120 руб. в месяц, следовательно в год затраты составят 1,44 тыс. руб. в год.

Сведем полученные показатели эффективности по всем трем направлениям в таблицу.

Таблица – Сводные показатели для расчета общего экономического эффекта, тыс. руб.

Показатель	Разработка сайта организации с возможностью поддержки функции голосового поиска	Создание интернет-витрины в социальной сети ВКонтакте	SMM продвижение
Выручка от реализации	13,68	9,12	10,94
Себестоимость	-0,81	3,71	2,91
Управленческие расходы	0,05	0,03	0,04
Расходы на реализацию	-4,86	-1,36	-3,12
Прирост прибыли от реализации	19,30	6,73	11,12
Затраты	2,48	1,44	7
Налог на прибыль	3,03	0,95	0,74
Прибыль чистая	13,79	4,34	3,38
Единовременные затраты	12,16	-	-
Эффект	1,63	4,34	3,38

Источник: собственная разработка.

Исходя из представленных в таблице данных видно, что наибольшую эффективность можно получить при создании интернет-витрины в социальной сети ВКонтакте, а наименьшую при разработке сайта организации с возможностью поддержки функции голосового поиска. Однако это связано с высокими затратами на разработку, что обуславливает более длительный срок окупаемости затрат.

Следовательно, предложенные мероприятия эффективны.

Таким образом, предложенные направления повышения эффективности инновационной политики туристической организации доказали свою эффективность, так как общий эффект от предложенных мероприятий составит 9,35 тыс. руб., что составляет 134,14 % от чистой прибыли в 2021 г. Тогда рентабельность продаж составит 37,59 %. Прирост равен 26,83%.

Таким образом, проведенные расчеты показали, что предложенные мероприятия эффективны и могут быть предложены для туристической организации как основной элемент повышения эффективности инновационной политики в рамках развития коронавирусной инфекции и ограниченности выезда за рубеж.

Библиографические ссылки

1. Инновационный менеджмент. Учебник / Под редакцией профессора В.А. Швандара., В.Я. Горфинкеля-М.: Вузовский учебник, 2017. – 382 с