

MANAGEMENT

Багирова Гюльнара Гошгар кызы

Гянджинский Государственный Университет, преподаватель

Азербайджанская Республика

СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Туризм - это непростой мир, продукт ответственной деловой активности работающих в этой сфере людей. Это еще раз доказывает, что туризм имеет свою специфику. Это одна из самых удобных и эффективных форм активного отдыха и развлечений, а также один из самых эффективных инструментов физического развития людей и содержательной организации культурного досуга. Поэтому у туризма есть свои особенности. Туризм не заканчивается просто наблюдением за природой и духовным наслаждением от нее.

Большинство туристических предприятий - это малые предприятия. Крупные туристические предприятия организованы в густонаселенных районах, что также создает благоприятные условия для формирования туристической индустрии. Индустрия туризма включает в себя большое количество туристских предприятий, ведомств и организаций, которые также взаимодействуют с единой региональной системой управления. Вторую особенность туризма как объекта управления можно рассматривать цель.

Еще одна особенность туризма - учет интересов заказчиков, которым интересна эта работа. Каждое туристическое предприятие строит свою деятельность с клиентами из разных групп населения, интересующихся данной сферой. Кроме того, у отдельных групп клиентов есть свои интересы и желания. Однако не стоит забывать, что туристические организации лишены возможности диктовать туристам свои требования.

Управление туризмом предполагает управление туристическими организациями в рыночных условиях: ориентация на потребности в отдыхе и

требования клиентов; желание повысить экономическую эффективность туристической организации; желание повысить экономическую независимость; учет состояния и тенденций туристического рынка. К подсистемам туристической организации относятся планирование, техническое обучение, производство, снабжение и продажа.

Туристический менеджмент делится на следующие виды:

1. Функциональный - повседневные процессы управления, обеспечивающие непрерывную работу предприятия по основным направлениям (структура и организация деятельности туристической организации; мотивация и распределение ответственности сотрудников; мониторинг и оценка процесса).

2. Типологический - включает:

– Гостиничный менеджмент, обеспечивающий целостность процесса туристического обслуживания; управление рейтингом туроператоров или управление деятельностью туроператоров в туристическом бизнесе и взаимоотношениями туроператоров с производителями туристических услуг.

– Турменеджмент - организация и управление оптовой торговлей туров и различных распродаж.

– Управление продуктами питания и напитками - Разработка концепции питания, управление, организация торговых услуг для гостей и контроль качества продуктов питания и напитков в отеле.

– Круиз-менеджмент.

– Управление поездками.

– Экскурсионный менеджмент - совокупность ряда форм и методов в сфере деятельности.

3. Управление персоналом - состояние управления персоналом в сфере туризма и перспективы работы на рынке. Основными задачами управления персоналом являются разработка системы мероприятий по управлению персоналом в управленческой среде; создание системы непрерывного обучения.

4. Управление качеством обслуживания - это система мер по использованию стандартов для решения проблем, увеличения прибыли и

производительности операций. Существует три основных компонента менеджмента качества: стратегическое планирование операций по предоставлению туристических и экскурсионных услуг; деятельность проблемных групп и обучение персонала; использование стандартов туристического обслуживания.

Туристический менеджмент имеет иерархическую структуру в соответствии с ситуацией управления: обычные сотрудники, руководители, менеджеры среднего и высшего звена.

Топ-менеджмент обычно занимает следующие руководящие должности в управлении туристами: генеральный директор, менеджер сети туроператоров, заместитель генерального директора (коммерческий директор).

Каждая из этих функций важна для организации. При этом планирование как функция управления лежит в основе других функций и считается наиболее важной из них, а организационные, мотивационные и контрольные функции ориентированы на реализацию тактических и стратегических планов организации [1].

Формирование политики предприятия обычно осуществляется на высоком уровне управления. Все состояние политики туристической компании обычно представляется в виде лидирующего туристического имиджа. Ведущий образ включает в себя долгосрочные цели, философию, политику (принципы взаимодействия с разными группами интересов), культуру предприятия и его законодательный порядок. Применительно к конкретному туристическому региону, прежде всего, речь идет о его конкурентоспособности. Функция планирования, в частности, включает следующие виды работ:

- Участие в разработке целей регионального развития, установленных туристическим менеджментом.

- Текущий анализ конкуренции места (рынок, прямые и косвенные конкуренты, спрос, поставщик, отрасль)

- Реализация стратегии конкурентоспособности региона - в первую очередь, оказание консультационных услуг туристическим предприятиям, управление инновациями.

Планирование туристического предприятия означает систематический, информативный процесс качественного, количественного и временного определения будущих целей, ресурсов и методов формирования, управления и развития предприятия. В процессе планирования принимаются решения о цели организации и о том, что ее члены должны делать для достижения этих целей.

В любом плане, разработанном туристическим агентством, всегда есть организационная стадия. То есть на этапе создания реальных условий для достижения намеченных целей организационная функция управления обеспечивает техническое, экономическое, социально-психологическое и правовое ранжирование деятельности любого туристического предприятия.

Прежде всего, туризм - важное социально-экономическое понятие. Его последствия все больше ощущаются обществом в целом. Таким образом, туризм - это вид деятельности, который напрямую влияет на социальную, культурную, образовательную и экономическую сферы всех стран, а также на их международные экономические отношения.

Учитывая растущее влияние туризма на общество, необходимо изучить его эффективность. Правильная оценка эффективности менеджмента в туризме позволяет активно влиять на текущую ситуацию и тенденции развития туристических фирм, определять их размеры, выявлять и корректировать неуправляемые процессы и события, разрабатывать прогнозы и планы развития этих фирм и их подразделений. Исходя из специфики туристической деятельности, необходимо точно определить, что и как нужно измерить, чтобы правильно рассчитать ее эффективность. Это связано с тем, что эффективность от туризма определяется либо количеством туристов, либо объемом деятельности коммерческих туристических структур, производящих специальные туристические продукты.

Различные компоненты, составляющие туристические расходы, можно разделить на 3 основные группы: первоначальные затраты; командировочные и туристические расходы; расходы производятся в стране отправления после возвращения из зарубежной поездки. Международный визит - это хорошо для

любой страны. Таким образом, они стимулируют развитие национальной и местной экономики, обеспечивают приток иностранной валюты и помогают финансировать строительство объектов, которыми могут пользоваться все граждане. Это измерение стоимости прибывающих туристов, которое позволяет нам оценить экономическое воздействие туризма на национальном и местном уровнях. Также немало важно изучить доходы от внутреннего и внешнего туризма в стране.

Максимальное увеличение инвестиций в общее экономическое благополучие граждан, занятых в сфере туризма, является важной стратегической целью как для развитых, так и для развивающихся стран. С помощью менеджмента чистая экономическая выгода от туризма может быть увеличена.

Серьезная конкуренция на рынке туризма определяется способами повышения внутренней производительности фирм. Без научно обоснованной теории эффективного управления персоналом невозможно сделать какие-либо шаги в этом направлении. Эффективное управление персоналом со стороны руководства и специалистов направлено на повышение качества и количества работы, что в конечном итоге обеспечивает конкурентоспособность туристических предприятий на рынке труда [2].

Список источников:

1. Экономика туризма, Боголюбов В.С., 2005г
2. Экономика и менеджмент туризма, А.Г. Алирзаев, Баку, 2010.