

Ісмаїлова Ельнара Фаїґ-кизи
студентка,
Науковий керівник:
Юхновська Юлія Олександрівна
к.е.н., доцент,
Комунальний заклад вищої освіти
«Хортицька національна навчально-
реабілітаційна академія» ЗОР
м. Запоріжжя

ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ

The study analyzes the features of tourism management and determines that tourism management is well advanced in modern life and will be promising in the future, as new types of tours to other countries or, even in Ukraine, that are of interest to populations with different levels are being created income.

Однією з найважливіших особливостей туризму як об'єкта управління є специфіка туристичних послуг і туристичного продукту. Їх необхідно враховувати під час розробки системи управління туристичним підприємством, організацією, територією, при встановленні стандартів обслуговування, навчанні персоналу тощо.

Суть керуючого впливу в області економічного управління туризмом зводиться до того, щоб витрати від туристичної діяльності привести до мінімуму. Визначення витрат тісно пов'язане з визначенням споживання в туризмі. У зв'язку з цим споживання в туризмі визначається як вартість товарів і послуг, необхідних для задоволення попиту туристів. Таким чином, туристичні витрати визначаються як загальна сума споживчих витрат туриста при підготовці, в ході його поїздки і перебування в місці призначення [3, с.219].

Місія туристичного підприємства формулюється стратегічним керівником на основі аналізу й синтезу факторних груп – можливості компромісів між ними з урахуванням внутрішньої структури пріоритетів для кожної групи, оцінки напрямків і сили впливу факторів. Вона відображає:

- цінності ключових керівників підприємства, які активно втілюються ними в життя: духовний розвиток, престиж, визнання, зростання добробуту та якості життя тощо;
- організаційні пріоритети, втілені в організаційній культурі туристичного підприємства: традиції, ритуали, суспільна думка, етичні норми, прийняті в організації пріоритети цінностей: стабільність та інноваційність, ініціативність та енергійність, виконавчість та дисциплінованість [2, с. 134].

Як відомо, менеджмент будь-якого підприємства включає два основних аспекти. Перший аспект – визначення цілей фірми. Розробляються заходи щодо їх здійснення і, відповідно, контролюється результат. В цьому аспекті менеджмент спрямований на рішення матеріально-логічних задач, організацію подій на підприємстві і управління ними. Другий аспект – це керівництво підприємством, а, отже, і управління людьми. Задоволення потреб співробітників фірми – одна з найважливіших цілей, запорука ефективної її роботи. Успіхи в цій справі забезпечують функціонування підприємства, а також життєві потреби його співробітників [3, с.350].

У менеджменті середовище формальної організації - це умови і фактори, які впливають на функціонування цієї організації і вимагають прийняття управлінського рішення, спрямованого на усунення або пристосування до них. Середовище будь-якої організації прийнято розглядати як сукупність двох складників – внутрішнього і зовнішнього середовища.

Внутрішнє середовище організації – глобальна структура формальної організації, яка охоплює всі її виробничі підрозділи, фінансові, транспортні та інші, незалежно від їх місця розташування і сфери діяльності.

Зовнішнє середовище – це сукупність активних суб'єктів господарювання, економічних, суспільних і природних умов, національних і міждержавних інституційних структур та інших зовнішніх умов і факторів, які діють навколо організації і впливають на різні сфери її діяльності. Кожен з них є зовнішнім фактором впливу [1, с. 20-21].

Вся класична економічна наука виходить із того, що одним із законів ринку є закон вартості, який діє і на туристичному ринку. Його суть полягає в тому, що в товарному виробництві основу пропорцій товарів, що обмінюються визначає класова вартість, величину якої, в свою чергу, визначають суспільні необхідні затрати праці.

Закон вартості передбачає формування у окремої туристичної фірми індивідуальних затрат праці і ресурсів, і відповідно формування індивідуальної вартості й індивідуальної ціни на туристичний продукт. Але ринок призначає не ці індивідуальні вартості і ціни, а суспільні і ринкові, в основі яких лежать суспільно необхідні затрати праці.

Принципи менеджменту в туризмі ґрунтуються на класичних принципах менеджменту – найважливіших керівних правилах, положеннях і нормах поведінки, керуючись якими органами управління забезпечують ефективний розвиток організації [2, с.212].

Діловий етикет у туристичній діяльності – це встановлений порядок поведінки співробітників туристичного підприємства з клієнтами й основи стосунків персоналу між собою: керівників і підлеглих, а також рівних за посадами [3, с. 301].

Проаналізувавши вищенаведений матеріал ми можемо стверджувати, що менеджмент у туризмі є досить розвинений у сучасному житті і буде перспективним у майбутньому, так як створюються нові види турів у інші країни чи, навіть, по Україні, які зацікавлюють населення з різними рівнями доходів.

Список використаних джерел:

1. Кіптенко В.К. Менеджмент туризму: підручник / В.К. Кіптенко. – К.: Знання, 2014. – 502 с.
2. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії: Навчальний посібник / За ред. проф. І.М. Школи. – Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2016. – 662 с.
3. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. Учебник. – Мн.: Новое знание, 2015. – 409 с.