

176с.; 2. Долженко Г.П. *История туризма в Российской империи, Советском Союзе и Российской Федерации [Текст]: учебник / Г.П. Долженко, Ю.С. Путрик.* – М.: Феникс, 2010. – 304 с; 3. Исмаев Д. *Экономика и организация туризма [Текст]: учебное пособие / Д. Исмаев, Ю. Забаев, Е.Л. Драчева.* – М.: Магистр, Инфра-М, 2010. – 568 с; 4. Скобкин С.С. *Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма [Текст]: учебник / С.С. Скобкин.* – М.: Магистр, Инфра-М, 2011. – 432 с.

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ В ТУРИЗМЕ: СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД

Селюков М. В.*, Рогова А. В.**

НИУ «Белгородский государственный университет»

**к.э.н, доцент, заведующий кафедрой туризма и социально-культурного сервиса*

*** студентка кафедры туризма и социально-культурного сервиса
г. Белгород, Россия*

Одной из важнейших проблем на современном этапе развития туризма в большинстве стран мира, являются аспекты в области управления. При многообразии существующих подходов в сфере менеджмента туризма, основными тенденциями выступают. сущность и значение методов управления, оценка их научных критериев, а также формирование современных принципов и повышение их значимости среди традиционных методов в сфере туризма. Менеджмент туризма, как вид деятельности уже давно существует в форме научной деятельности и искусства управления, причем удельный вес управленческих знаний постоянно возрастает. Вместе с этим задачи управления постоянно изменяются в современных условиях.

На сегодняшний день, новые подходы менеджмента являются важным аспектом в индустрии туризма, потому что основной задачей организации человеческих ресурсов является наиболее эффективное использование систем управления сотрудниками в соответствии с целями туристской организации.

Метод управления в туризме – это совокупность способов и приёмов воздействия субъекта туристской организации на объект. с помощью использования необходимых видов стимулирования, для достижения организационных и стратегических целей, а также для развития конкурентоспособности туристской фирмы [1].

Главная задача в сфере туризма состоит в способности создать условия для реализации каждым работником своих потенциальных

возможностей и найти в каждом конкретном случае необходимый инструмент стимулирования потребителя в целях решения существующих задач.

Работа каждой туристской организации неизбежно связана с необходимостью формирования современных подходов. Выбор нужного направления в менеджменте туристской фирмы закладывает фундамент её будущего успеха. От того, насколько эффективно сформированы аспекты управления, в значительной степени зависит качество человеческих ресурсов, их вклад в достижение задач туристской организации и качество туристского продукта.

В период постоянных изменений в области социально-культурного сервиса классические методы становятся уже не актуальными. Выходят из всеобщего использования традиционные приёмы и правила управления организацией, полностью потеряли свою значимость концепции беспрекословного подчинения и диктатуры. Исходя из этого, есть необходимость в выделении современных методов управления персоналом, которые имеют наибольшую важность в достижении любой организации поставленных целей, среди которых: метод «щадящего производства», метод управления рисками, метод управления качеством и стратегический метод управления персоналом.

1. Метод «щадящего производства».

Данный метод основывается на совершенно новой системе взаимоотношений руководителя и сотрудника в туристской фирме, которое можно коротко обозначить одной фразой - «организация – единый организм». Происходит вовлечения персонала в процесс управления, в следствии которого формируются и реализуются поставленные задачи, так как именно сотрудники осуществляют производственную деятельность предприятия и могут постараться найти способы устранения потерь.

Основная идея данного метода заключается в концепции «трёх условий производства»: теории, отраслевого опыта и опыта, накапливаемого лично в процессе работы на предприятии. Следовательно, это говорит о том, что работник должен быть полностью проинформирован обо всех моментах деятельности организации, так как даже самый мотивированный персонал, если он не владеет данной информацией, становится менее полезен для туристской фирмы, чем осведомленный

Таким образом, метод «щадящего производства», включают в себя

- непрерывный процесс коммуникации внутри организации;
- взаимодействие руководителя и сотрудника, на основе коллективной работы и доверия,

- постоянное совершенствование деятельности туристкой организации;
- эффективное использование концепции лично накапливаемого опыта, тем самым исключения потери из деятельности фирмы.

2 *Метод управления рисками.*

Он базируется на осмыслении того, что необходимо предвидеть их, проанализировать все возможные потери туристского продукта и выявить способы избежаний. Риск – это вероятность угрозы утраты организацией своих ресурсов [3]. Поэтому главной задачей является получение необходимых сведений о производственном процессе, организационных и экономических сторонах работы для принятия целесообразного решения. В целом, процесс управления рисками в туризме можно разделить на три этапа. Во-первых, это выявление типа риска. Из всевозможной классификации рисков выбирают один или несколько рисков, наиболее точно подходящих под описание. Во-вторых, определение показателя риска. Управление организацией непосредственно связано с принятием решения, поэтому выявление фактора риска очень важный этап. В-третьих, выбор оценки риска. Существуют две группы факторов, которые учитываются при оценки риска: субъективные, которые основываются на состоянии организации (надежность инвесторов), объективные, которые не зависят от состояния организации (экономический кризис).

Таким образом, управление рисками – это методы определения, анализа, оценки, и принятия мер по снижению степени риска в производстве фирмы.

3. *Управление качеством.*

В условиях экономического кризиса вырастает уровень конкуренции, что приводит к необходимому повышению стандартов качества. Выделяют две системы качества:

- TQM (Total Quality Management), или всеобщее управление качеством. При этой модели качества, работник, непосредственно контактирующий с клиентом является основой всего процесса. Главная идея заключается в то, что в управлении качеством должны принимать участие все сотрудники организации, а следовательно необходимо проводить их обучение, повышении квалификации и улучшать условия трудовой деятельности [2].
- QOS (Quality Operating System), или система гарантированного качества. В основе данного управления лежит осознание сотрудниками важности удовлетворения потребителя. Метод QOS состоит из следующих этапов. выявление ожиданий клиента, разработка ключевых программ, от которых зависят потребительские ожидания, выбор программы, наиболее

подходящей для клиента, проектирование необходимых изменений в показателях.

4. Стратегический метод управления.

Основой являются разработка и выполнение стратегических целей организации, обеспечивающие достижение намеченных целей и осуществление ее миссии. Стратегический менеджмент включает в себя следующие элементы: анализ конкурентной среды и преимуществ организации; определение миссии организации; выбор стратегии; реализация выбранной стратегии, контроль за выполнением стратегии.

Таким образом, современные методы управления в туризме признаны обеспечить эффективную деятельность организации в период экономических изменений и информационных нововведений. Без использованных в сфере социально-культурного сервиса вышеперчисленных методов управления, туристская организация не сможет функционировать в сложившихся рыночных условиях или будет испытывать постоянные финансовые трудности.

Литература: 1 Бауман З. А. Глобализация Последствия для человека и общества: уч. пособие / З. А. Бауман. – М.: Весь мир, 2009. – 188 с., 2. Глызина М.П. Современный менеджмент: уч. Пособие / М. П. Глызина – М.: Феникс, 2009 - 346 с, 3 Корпоративный менеджмент. учеб. Для вузов / Под ред. И. И. Мазур – М.: Омега-Л, 2008. – 781 с.

БРЕНД ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ЭЛЕМЕНТ ЕЁ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Селюков М. В.*, Скачков Р. А.**

НИУ «Белгородский государственный университет»

**к.э.н., доцент, заведующий кафедрой туризма и
социально-культурного сервиса*

*** студент-магистр
г. Белгород, Россия*

Возросший интерес к отрасли туризма закономерен и объясним. Туризм является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей экономики. Турбизнес стимулирует развитие других отраслей хозяйства: строительства, торговли, сельского хозяйства, производства товаров народного потребления, связи. Для многих экономически развитых стран и развивающихся стран туризм является основой национальной экономики. С уверенностью можно говорить о наличии прямой зависимости между развитием сферы туризма и общими