

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ НА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Валентина Жученко

к.е.н., доцент

*Київський національний торговельно-
економічний університет (Україна)*

Управління туристичною галуззю України вимагає пошуку нетрадиційних підходів і нових поглядів. Щороку туристичні потоки невпинно зростають, змінюється попит споживачів, що призводить до переорієнтації напрямів обслуговування та диверсифікації туристичних продуктів та послуг. У сучасних умовах господарювання підприємства туристичного спрямування вимушені швидко реагувати та адаптуватись до конкурентного середовища через удосконалення чинних методів управління [1].

Управління туристичними підприємствами базується на функціях та принципах менеджменту. З огляду на те, що основою функціонування туристичних підприємств є створення та реалізація туристичних продуктів та послуг, до специфічних функцій слід віднести планування пропозицій щодо створення ексклюзивних туристичних продуктів, контроль за якістю послуг, що надають, планування та контроль взаємовідносин з постачальниками туристичних послуг, що задіяні у створенні туристичних продуктів, контроль за процесом виконання ухвалених рішень щодо виходу на нові туристичні ринки.

До особливостей управління туристичними підприємствами належать:

- дослідження туристичного попиту та потреб споживачів, що формують туристичні пропозиції з орієнтацією на різні сегменти туристів;
- дослідження вітчизняного та зарубіжного ринку туристичних послуг;
- створення пропозицій додаткових послуг, відповідно до якісних та грошових показників, що характеризують туристичний сегмент;
- організація збуту туристичних продуктів та певних туристичних послуг за допомогою системи франчайзингу;
- удосконалення інформаційного складника за допомогою сучасних технологій;
- необхідність професіоналізму персоналу, що здійснює, координує та контролює чіткість надання туристичних послуг;
- гарантування максимального задоволення потреб, комфорту та безпеки споживачам;
- стимулювання туристичного попиту за допомогою зворотного зв'язку та формування стабільної клієнтської бази;

– досягнення забезпечення сталого розвитку підприємства; переваги рефлексивного оцінювання діяльності підприємства споживачами порівняно з економічними [2].

Управління організацією роботи туристичного підприємства передбачає три основні напрями: управління створенням туристичного підприємства; управління планування та створення туристичного продукту; управління збутом туристичних продуктів та послуг.

Успішну реалізацію функцій та принципів управління туристичними підприємствами забезпечують ефективністю використання управлінських методів. Методи управління – це сукупність способів та прийомів впливу на колектив працівників та певних виконавців для досягнення поставлених цілей [3]. Усі методи управління частково доповнюють один одного та використовують як окремо, так і в різних комбінаціях відповідно до специфіки діяльності туристичного підприємства. Методи управління за змістом ідентифікують з основними функціями управління – прогнозуванням, плануванням, мотивуванням, контролюванням та регулюванням, реалізація яких забезпечить ефективне використання ресурсів підприємства та швидке реагування на зміни, що відбуваються під впливом внутрішнього та зовнішнього середовища.

За допомогою ефективного використання методів управління забезпечують ефективність організації процесу управління туристичного підприємства. В умовах постійно зростаючої конкуренції туристичні підприємства вимушені впроваджувати специфічні методи управління відповідно до обраної стратегії розвитку.

Ураховуючи важливе місце інформатизації в процесах управління туристичними підприємствами, незалежно від напрямку їхньої діяльності, необхідною умовою підвищення ефективності діяльності є впровадження інформаційних технологій для підвищення прибутковості туристичних підприємств.

Список використаних джерел

1. Вдовенко С. М. Пріоритизація науково-прикладних засобів адміністративного менеджменту з формування конкурентоспроможності у виробничій сфері / С. М. Вдовенко, О. В. Рогова // Науковий вісник Полісся. – 2015. – № 1(1). – С. 71–76.

2. Гринько Т. В. Удосконалення управління підприємствами туристичної сфери / Т. В. Гринько // Економіка, фінанси, право. – 2013. – № 5. – С. 13–15.

3. Дяченко Л. А. Суть та особливості управління підприємствами туристичної сфери / Л. А. Дяченко // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – 2015. – № 1.