

СПЕЦИФІКА МЕНЕДЖМЕНТУ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ

Симонова А.І., гр. МО-28м

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Забродська Л.Д.**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Туристичний менеджмент є особливою наукою, він поєднує питання економіки, планування, економічного аналізу, організації діяльності, психології, соціології, педагогіки, права. В основу розвитку сучасного туристичного менеджменту покладені досягнення практично всіх наукових шкіл управлінського напрямку.

Усі підприємства туристичного бізнесу являють собою складні соціальні системи, всередині яких можна виділити дві складові: виробництво туристичних послуг і управління. У туристській галузі діє велика кількість організацій, що розробляють і реалізують різноманітні туристські продукти. Однак далеко не всі організації, зайняті у сфері туризму, витримують удари конкуренції і одержують доходи, необхідні для продовження своєї діяльності на ринку. І залежить це, у першу чергу, від того, як здійснюється управління організаціями. Кращі економічні результати будуть у тих з них, які залучають більше число туристів, і для цього вони повинні розробити і запропонувати туристському ринку цікаві тури, змістовні тур програми, екскурсії, широкий набір різноманітних товарів і послуг, на високоякісному рівні організувати туристське обслуговування. І все це повинне бути попередньо продумано, сплановано, проаналізовано, перелічено, пророблено з багатьма іншими організаціями із залученням величезних обсягів різноманітної інформації.

У цілому, менеджмент туризму покликаний впровадити у практику роботи ринкові відносини, наповнити ринковим змістом всю систему управлінської діяльності. З огляду на те, що в усьому світі туризм отримав інтенсивний розвиток, менеджмент туризму повинен бути націлений на інноваційний підхід, на створення туристських продуктів ринкової новизни, на постійне вдосконалювання всіх аспектів туристської діяльності.

Отже, менеджмент туризму покликаний створити певну систему управлінської діяльності по найкращому задоволенню потреби людей у подорожах з найрізноманітнішими цілями. Ця система припускає всіляку орієнтацію туристських організацій і підприємств на ринковий попит, на запити конкретних споживачів і організацію виробництва таких турів, туристських послуг і товарів, які користуються попитом і можуть принести намічуваний прибуток.