

«Менеджмент в туризме»



Введение.

Основные понятия.

Терминология.

Что такое менеджмент?



- от английского глагола «to manage» – «управлять»
- 1) менеджмент – это искусство управления;
- 2) менеджмент – это умение добиваться поставленных целей;
- 3) менеджмент – это процесс по упорядочению элементов системы;
- 4) менеджмент – это деятельность по управлению материально-техническими, человеческими, информационными и другими ресурсами организации с целью достижения целей ее функционирования.

Туризм



- **Туризм** – это совокупность взаимосвязей, отношений и явлений, сопровождающих перемещение и пребывание людей в местах, не являющихся местами их постоянного или длительного проживания и не связанных с их трудовой деятельностью.
- Слово «туризм» произошло от выражения «великий тур» (*Grand Tour*), что означало первоначально ознакомительную поездку.

Туризм – это динамичное, развивающееся, ориентированное на потребителя явление



- **Основные сервисные услуги:**
- путешествия (круизы, автобусы, самолеты, автомобили, железные дороги);
- проживание (отели и мотели, конференции, выставки, встречи);
- питание (рестораны, кафе, бары);
- отдых и досуг (игры, парки, развлечения, аттракционы).



Если современный туризм рассматривать как особый вид деятельности, то можно отметить, что туризм это:



- **ведущий производитель промышленной продукции**
- **постоянный источник налоговых поступлений;**
- **крупнейший работодатель, способный занять 127 млн людей, т. е. примерно каждого 15-го из всех работающих;**
- **самая быстроразвивающаяся отрасль мировой экономики.**

Менеджмент в туризме



- **Менеджмент в туризме** – это совокупность методов, принципов, способов, управленческих приемов, форм и средств, которые способствуют эффективному управлению сферами туристического производства и персоналом, занятым с сфере обслуживания туристической деятельности.

- **Главные задачи:**
- достижение высокой эффективности в его сферах,
- наилучшее использование природного потенциала
- качественное и продуктивное руководство сферы, которое принесет положительный экономический эффект.

Современная экономическая наука рассматривает туризм как системный объект изучения



В основе системы туризма лежат две подсистемы:

субъект туризма, т. е. турист – потребитель туристских услуг со всем многообразием его потребностей и мотивов поведения;

объект туризма, состоящий из трех элементов: туристского региона, туристских предприятий и туристских организаций.



Каждый объект, занятый в сфере туризма,
имеет **свой стиль руководства** и
основные функции эффективного
управления, как персоналом, так и
своими возможностями.

Менеджмент в туризме призван оказывать на
все субъекты туризма **управленческое**
воздействие, которое будет способствовать
их развитию и **усовершенствованию** всей
деятельности в целом.

Субъект туризма:



- Это турист, который ищет возможности удовлетворения своих потребностей путем получения специфических туристских услуг.
- Услуги предоставляются ему в определенном месте или регионе, являющемся целью его путешествия.



Туристский регион



- Географическая территория, обладающая определенной привлекательностью для туристов.
- Должна иметь объекты туристского интереса (памятники истории и культуры, музеи, флора, фауна т. д.);
- Должна предоставлять необходимые для удовлетворения потребностей туристов услуги (причем обязательно такого качества, которое клиент ожидает).

Туристские предприятия (ТП)



- Предоставление услуг туристам обеспечивают туристские предприятия.
 - Формирование, продвижение и реализацию комплекса туристических услуг, объединенных единым целевым назначением, обеспечивается ТП (туроператорами и турагентами), чья деятельность служит исключительно туризму и составляет основу его существования.
 - ТП в процессе своего функционирования взаимодействуют с производителями туристских услуг (гостиницами, транспортными организациями, предприятиями питания и т. д.), для которых оказание услуг туристам является одним из направлений их коммерческой деятельности.
- !!! Предоставлением услуг туристам занимаются также предприятия, обслуживающие все население туристского региона (предприятия торговли, связи, бытового и медицинского обслуживания, культурно- просветительские учреждения и т. д.).

Туристская индустрия:



- Совокупность **предприятий материального производства и непроизводственной сферы**, обеспечивающих производство, распределение, обмен и потребление туристских услуг, освоение и эксплуатацию туристских ресурсов, а также создание материально-технической базы туризма.

Туристские организации (ТО)



- Это государственные и общественные организационно-правовые структуры, регулирующие и координирующие развитие туризма в регионе, обеспечивающие условия (инфраструктуру, информацию, безопасность, свободу перемещения, доступность и сохранение туристских объектов, формирование туристского имиджа региона и т. д.) эффективного функционирования системы туризма.
- Указанные организации формируют туристскую политику и осуществляют на национальном, региональном и местном уровнях свою деятельность.

Туристский продукт



- Это совокупность вещественных (товара) и невещественных (услуги) потребительных стоимостей, необходимых для удовлетворения потребностей туриста, возникающих в период его туристского путешествия (поездки) и вызванных именно этим путешествием.
- Разновидностями туристского продукта могут быть туристский товар и туристская услуга.

Туристский товар



- Под туристским товаром понимается продукт труда производственных сфер деятельности, созданный для продажи и предназначенный для использования преимущественно туристами.
- К туристским продуктам можно отнести, например, карты местности, рюкзаки, палатки, сувениры и т. п.



Туристская услуга



- Это деятельность предприятий, организаций, учреждений или предпринимателей по удовлетворению потребностей посетителей в путешествиях, отдыхе или экскурсиях.
- Это специфический товар, который не имеет вещевого выражения, т. е. его невозможно увидеть и невозможно накапливать.
- Данные услуги могут реализоваться только в том случае, когда есть спрос со стороны туриста.
- Эффект от их использования проявляется во время путешествия в виде улучшения здоровья, удовлетворения туристических потребностей, отдыха, хорошего настроения, ознакомления с природными и культурно-архитектурными достопримечательностями.
- Единицей туристической услуги является комплекс услуг, которые оказываются одному потребителю на протяжении определенного промежутка времени.
- Примерами туристских услуг являются предоставление гостиничного номера, экскурсии, транспортировка и многое другое.

Первичной продажной единицей туристического продукта на туристическом рынке, как правило, является **тур**, при этом находят спрос и отдельные туристические услуги.



- **Тур** – это комплекс услуг по размещению, перевозке и питанию туристов, экскурсионному обслуживанию, включая услуги гидов-переводчиков и турменеджмеров (руководителей групп), а также другие услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия. На практике под турпродуктом понимают три основных вида возможных предложений на рынке.

Под турпродуктом понимают 3 основных вида возможных предложений на рынке:



- **Первый вид** – тур (комплексная туристическая услуга), предлагаемый фирмами, туроператорами (организаторами), может быть продан потребителю для личного пользования (в розницу), а также оптовым покупателям (фирмам-посредникам, турагентствам) для извлечения экономической выгоды.
- **Второй вид** – отдельные туристические услуги, к которым можно отнести транспортные услуги, услуги размещения, услуги по оформлению загранпаспортов, страховку, экскурсионную программу, прокат автомобиля и многое другое.
- **Третий вид** – товары туристического назначения, включая различного рода информационные материалы (каталоги, справочники, карты, словари, путеводители и т. д.), которые необходимы туристу и путешественнику в стране пребывания.

Тур



- Тур осуществляется в соответствии с **программой туристического путешествия**, которая представляет собой **план мероприятий** с указанием **дат и времени** пребывания в **пунктах остановки** на маршруте, в гостинице, посещения мест туристского интереса с целью их осмотра (экскурсии), питания, а также перемещения на маршруте с помощью указанных в программе внутримаршрутных транспортных средств.
- #Пример