

Туризмді басқару нысана ретінде

Орындаған:Алтаева Айгерим

Туризм менеджменті

- * Туристік өнімді және қызметкерлерді басқару қағидаттарының, әдістерінің, тәсілдері мен құралдарының жиынтығы, онда басқару ғылымының соңғы жетістіктері қолданылады

Туризм менеджментінің мақсаты

- * Турөнімеің жоғарғы тиімділігіне қол жеткізу, кәсіпорынның, фирманың компанияның ресурстарын утымды пайдалану

Туристік қызметтің субъектілеріне

- * Туроператор
- * Турагенттер
- * Гидтер, туризм нұсқаушылары, экскурсия жетекшісі
- * Туристер және олардың бірлестіктері
- * Экскурсанттар
- * Туристік қызмет саласындағы басқа да бірлестіктер



турагент



Гид және туристер



туроператорлар



- * Туристік қызмет нысандары- табиғи нысандар және табиғи климаттық аймақтар, көрікті орындар , тарихи және әлеуметтік-мәдени нысандар сондай-ақ саяхат кезінде туристердің қажеттілігін қанағаттандыра алатын өзге де нысандар

Туристік мекемені басқару үшу

- * туристік қызметті (шаруашылықты) жоспарлағанда ең алдымен туристердің қажеттіліктері мен тілектерін ойластыру керек. Осыған орай кез келген туристік кәсіпорынның еңбек сферасы анықталады. Туристік кәсіпорынның орналасуы (тұтынушыға жақын орналасуды қалайды) бір жағынан туристік өнім тұтгнұшыларының орналасуына байланысты, екіншіден, туристік салада мұның негізі болып табылатын туристік-рекреациялық ресурстардың орналасуына тәуелді;


* Туристік қызмет алғашқы қажеттіліктер қатарына жатпайды. Туристік енім тіршілік үшін ең қажетті зат емес және жақын арада ондай болуы да мүмкін емес. Мұны былайша түсінуге болады: қазіргі әлемде сауықтыру құралы ретінде туризмнің маңызы зор болғанымен, ол экономика, экология, саясат жағдайына тәуелді. Халықтың сатып алу қабілетінің өзгерістері басқа төлемді қызметтерге қарағанда, туристік қызметке одан үлкен әсер тигізеді;

- * туристік салада маркетингтің маңызы едәуір жоғары. Оның себебі, туристік қызметті сатушы өз тауарының үлгісін туриске көрсете алмайды, сондықтан да ол өзінің тауары (қызметі) туралы дәлелтабу керек. Ол үшін жақсы ұйымдастырылған маркетинг жүйесі болуы қажет.
- * Қызмет көрсету сапасының бірқалыпты болмауы, оны бағалауындағы субъективизм үнемі туристік қызмет қайталанбайтын сипаттарға ие, яғни басқаларға ұқсамайды. Тіптен бір маршрутпен өтетін фирманың екі бірдей туры бір-біріне ұқсамайды (мысалы сапар маршруты, көрсетілетін қызметі, көлік құралдары, барған еліндегі оқиғалар және т. б. әртүрлі болуы мүмкін).ақылауды қажет етеді;

- * Экономикалық мақсаттарға болашақтағы табыстың өсуі, клиенттердің жаңа сегменттерінің пайда болуы, тауарды сату ісін жетілдіру, туристік өнім мен оны тарату жүйесін оңтайлы қылу, кейбір қызметтердің ескіріп кетуіне жол бермеу, бәсекелестіктегі позициясын нығайту және т. б. кіреді. Фирмалық мақсаттарға фирманың(аймақтың, елдің) атағын шығару, имиджін көтеру кіреді. Әлеуметтік мақсаттар табысы төмен адамдар үшін туристік өнімдер өндірісін дамытуды міндет етеді.

- * Стратегия дегеніміз мақсатқа жету әдістері, мақсатқа ең жақсы нәтижемен жету үшін ресурстарды пайдалану әдістерінің тұжырымдамасын анықтау қажет. Мақсатқа жету үшін бірқатар стратегиялық, әкімшілік, оперативтік мәселелерді шешу керек. Біріншілеріне өндірілуі қажет болатын тауарды таңдап алу және осы өнімді сату үшін нарықтар мен тұтқнушыларды таңдау кіреді. Екіншілеріне - фирманы ұйымдастыру, басшылар арасында өкілділік пен жауапкершілікті тағайындап тарату, жұмыс көлемі мен кезегін анықтау, ақпарат бағыты мен есеп беру ретін анықтау жатады. Оперативті міндеттерге өндірістік операциялардың ағымдағы жоғарлануы, бағаларды қалыптастыру, жарнама жобалары мен зерттеу жұмыстарын іске асыру жатады.

Туристік ұйымның ең басты элементі оның құрылымы болып табылады, құрылымы - ол ұйымэлементтері арасындағы тұрақты байланыстар, ұйымның қаңқасы деп те айтса болады. Менеджмент теориясы мен тәжірибесі ұйымдастыру құрылымының бірнеше түрлерін ұсынады. Олардың барлығының артықшылықтары мен кемшіліктері бар. Соңғы кезеңде инновациялық, яғни жаңа нәрселерге бағытталған құрылымдар ең перспективалы болып көрінеді. Бұл ұйымдастыру сұлбаларының ең жаңа формасы. Оның ерекшелігі - екі топты: ағымдағы өндіріс және іздестіру топтарын атап болуінде. Іздестіру тобына жаңа қызмет пен технологияларды әзірлеу міндеті тапсырылады, жобаның коммерциялық іске асырылу мүмкіндігі анықталғанша бұл топ жоба үшін жауап береді. Жаңа өнім тәжірибелік өндірісте сынаудан өтіп оның тиімді (рентабелді) екені анықталған соң жоба ағымдағы өндіріс тобына өткізіледі. Осындай схема бойынша алдыңғы қатардағы туристік фирмалар жұмысын атқарады.

- 
- * Инновациялық технологиялардың қазіргі менеджменттегі болашағы зор. Басқарудың осындай түрі қызметкерлердің шығармашылық және ұйымдастырушылық белсенділігін көтереді, еңбектің жоғары өнімділігі мен сапасын қамтамасыз етеді, адам ресурстарын тиімді пайдалануға мүмкіндік береді.