

СПЕЦИФИКА УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ СЕРВИСА И ТУРИЗМА

Грищенко А.С.

*Северо-Кавказский федеральный университет (355029, г. Ставрополь, просп. Кулакова 2),
e-mail: amandzhikova@bk.ru*

На сегодняшний день роль социально-культурного сервиса и туризма в мире возрастает, в связи с этим растет потребность в изучении этой сферы, особенностей ее управления. В статье рассматривается система управления сферой сервиса и туризма, анализируется структура управления и входящие в нее взаимосвязанные элементы. Выделяются основные направления менеджмента социально-культурной сферы. Менеджмент в сфере социально-культурного сервиса и туризма принципиально отличается от управления в других сферах деятельности. Причиной тому является специфика продукта деятельности этой сферы, его материальный и нематериальный характер. В связи с этим управление в социально-культурной сфере рассматривается на всех этапах создания и осуществления деятельности, от момента создания туристской или сервисной фирмы до непосредственной реализации продукта или услуги.

Ключевые слова: рынок, управление, система, структура, направления.

SPECIFICS OF MANAGEMENT IN THE SERVICE AND TOURISM SPHERE

Grischenko A. S

*North-Caucasian Federal University (355029, Stavropol, Kulakov prospect 2), e-mail:
amandzhikova@bk.ru*

Today the role of welfare service and tourism increases in the world, in this regard the need for studying of this sphere, features of its management grows. In article the control system of the service and tourism sphere is considered, the structure of management and the interconnected elements entering it is analyzed. The main directions of management of the welfare sphere are allocated. Management in the sphere of welfare service and tourism essentially differs from management in other fields of activity. The reason for that are specifics of a product of activity of this sphere, its material and non-material character. In this regard management in the welfare sphere is considered at all stages of creation and activity implementation, from the moment of creation of tourist or service firm before direct realization of a product or service.

The Key Words: market, management, system, structure, directions.

На сегодняшний день в мировой рыночной экономике роль рынка услуг постоянно растет. Рынок услуг представляет собой сложную систему, основным назначением которой является удовлетворение потребностей населения в услугах. В свою очередь, рынок услуг состоит из сферы услуг, важную роль в которой занимает социально-культурный сервис и туризм.

Для того, чтобы предприятия сферы социально-культурного сервиса и туризма успешно функционировали, необходимо правильное управление.

Григоренко Ю.В. дает такое определение системы управления туризмом и сервисом: это совокупность и единство отношений и явлений, происходящих в социально-культурном сервисе и туризме (далее СКСиТ). Система туризма является собой систему отношений, в которой предприятия СКСиТ, организации и регионы взаимодействуют с внешней средой [1,С.23].

По мнению Кабушкина Н.И., структура управления сферой туризма и сервиса включает в себя звенья, уровни управления и связи между ними. В качестве звеньев управления выступают организации, предприятия и их руководители, обладающие определенными функциями управления. Между этими организациями могут возникать как вертикальные, так и горизонтальные связи. В свою очередь, совокупность звеньев управления, занимающих определенную ступень в системе управления образует уровень управления туризмом и сервисом. Между ступенями управления существует вертикальная связь: принимаемые решения на вышестоящем уровне реализуются работниками нижестоящего звена [2,С.40].

Применительно к социально-культурной сфере можно выделить направления менеджмента:

1. Менеджмент создания туристской или сервисной фирмы. При создании туристской или сервисной фирмы, необходимо провести анализ, касающийся всех аспектов менеджмента на будущем предприятии, рассмотреть финансовые, кадровые, организационные, содержательные вопросы;

2. Менеджмент создания и введения в практику продукта. Менеджмент в этой сфере включает в себя следующие этапы: исследование, эксперимент, обучение кадров, PR и реализация;

3. Менеджмент непосредственно реализации продукта. Это касается вещественной природы услуг. Возможные варианты реализации: индивидуальная продажа, оптовая продажа, продажа посредством каталогов [2].

Таким образом, на основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что система управления туризмом и сервисом - это совокупность и единство отношений и явлений, происходящих в отрасли СКС и Т. В структуру управления сферой сервиса и туризма входят такие взаимосвязанные элементы, как звенья (организации) и уровни (совокупность звеньев). В свою очередь, направлениями менеджмента в социально-культурной сфере являются:

- менеджмент создания туристской фирмы;

- менеджмент создания и введения в практику продукта;
- менеджмент реализации турпродукта.

Список литературы

1. Григоренко, Ю.В. Экономика и управление предприятиями туризма [Текст]/ Ю.В. Григоренко – Владивосток: ВГУЭС, 2002.
2. Кабушкин, Н.И. Менеджмент туризма [Текст]/ Н.И. Кабушкин. – Минск: БГЭУ, 1999.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм [Текст]/ Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз- Пер. с англ. под ред. Р.Б. Ноздревой. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 787с.
4. Менеджмент организации [Текст]/под ред. З.П Румянцевой, Н.А Саломатина – М.:1995.
5. Сайт цифровых учебно-методических материалов ВГУЭС [Электронный ресурс]/ Режим доступа: abc.vvsu.ru, свободный. Яз.рус.