НАПРАВЛЕНИЯ АДМИНИСТРАТИВНЫХ МЕНЕДЖМЕНТ – РЕШЕНИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

А.З. ОНОФРЕЙ,
д.х.э.н., профессор университар,Государственный университет Молдовы
Чайковский А. А., д.э.н., лектор университар, Государственный университет Молдовы

ABSTRACT: Choice strategic solutions to meet the needs of the population in tourist services is based on the definition of tourist flows taking into account the financial resources of tourist companies to ensure adequate quality of tourism services.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: эффективность в туризме, качество туристических услуг, система туризма, стратегические решения.

Совершенствование менеджмента туристских фирм в целях успешного достижения их миссии и стратегий обусловливается четкой координацией выполнения основных функций управления – стратегического планирования организации, мотивации и контроля.

В эффективном осуществлении всех этих функций, представляющих собой постоянно возобновляемый процесс взаимодействия менеджеров и специалистов туристской фирмы по поводу оказания ими различных видов услуг населению и проявляется сущность менеджмента – его функциональная составляющая. Кроме того, отметим, что реализация плановых показателей деятельности туристской фирмы в современных условиях определяется уровнем координаций деятельности всех участников туристского рынка – страховых компаний, органов местной власти, транспортных компаний и др.

Выбор стратегических решений по удовлетворению потребности населения в туристских услугах основывается на определении потоков туристов с учетом взаимосвязи средств перевозки и размещения, что помогает лучшим образом организовывать туристские мероприятия с учетом потребностей населения в различных видах туристических услуг, а также на основе данных статистики и опыта прошлых лет. Например, с уменьшением или увеличением численности населения, снижается или увеличивается объем необходимых ресурсов для оказания соответствующих видов услуг.

С учетом названных тенденций определяется объем финансовых ресурсов, необходимых для удовлетворения существующих и потенциальных потребностей туристов.

Важным организационным аспектом успешного функционирования турфирм в современных условиях является согласование их потребности в финансовых ресурсах с ожидаемым поступлением средств в соответствии с существующим и потенциальным спросом на туристские услуги.

Это обусловливает возрастающее значение аналитики в содержании выполняемых функций менеджмента. Менеджеры турфирм заняты аналитической работой, связанной со сравнением плановых ресурсов с фактическими показателями.

Организация планирования, мотивации и контроля деятельности турфирм и связанная с ним аналитическая работа менеджеров реализуется в процессе:

- определения плановых объемов услуг по их видам осуществляется с учетом существующего и потенциального спроса на них на основе маркетинговых исследований;
- оформления взаимоотношений турфирм с другими организациями на договорной основе по поводу необходимого сотрудничества для выполнения запланированных объемов туристических услуг;

- планирования численности персонала по направлениям деятельности и определение их мотивации и стимулирования;
- осуществления менеджерами аналитической работы, связанной с оценкой эффективности деятельности компании и контролем качества предоставляемых услуг.

Перечисленные виды деятельности обусловливают укрепление планового и финансового подразделения в структуре управления турфирмы за счет включения в их состав специалистов-аналитиков. Это будет способствовать оптимизации плановых и финансовых решений вследствие обоснования их в контексте туристической, экономической и социальной эффективности туристических услуг.

В этой связи отметим, что различают туристическую, социальную и экономическую эффективность. Туристическая эффективность означает максимальное удовлетворение потребностей конкретных клиентов в определенных видах туристических услуг с наилучшими результатами.

Социальную эффективность рассматривают как максимальное удовлетворение потребности населения в туристических услугах и в их доступности. Экономическая эффективность деятельности турфирмы проявляется в превышении доходов организации над расходами.

Оптимальные значения показателей эффективности выступают критериями обоснования направлений развития турфирм. Экономический анализ приобретает все более важное значение на всех уровнях от турфирм до системы туризма в целом.

При проведении экономического анализа необходимо учитывать затраты за определенный период времени. Следует принимать во внимание то обстоятельство что, когда эффект оказания туристических услуг растягивается во времени, период учета затрат может в несколько раз превышать продолжительность непосредственного оказания услуг.

При определении приоритетов, целей и плановых решений по развитию турфирмы в процессе проведения аналитической работы по планированию мотивации, маркетологу необходимо исходить из того, что ресурсы всегда ограничены.

В связи с этим повышается значимость задачи максимально эффективно использовать имеющиеся ресурсы. Однако эффективность в туризме не следует увязывать только с задачей однозначного уменьшения расходов. Она предполагает получение максимального результата при использовании тех ресурсов, которые поступают в систему. Более того, эффективность работы системы туризма в целом и руководителей турфирм, в частности, можно охарактеризовать как максимально возможное привлечение ресурсов в туризм при повышении эффективности их использования для достижения качества оказываемых туристических услуг.

При обосновании управленческих решений менеджеры должны владеть методикой сравнительного анализа. При выборе стратегии развития туристической фирмы следует сравнить плановые показатели, в частности объемов, видов, стоимости услуг и стимулирования сотрудников той или иной туристической фирмы с данными других организаций туризма, включая международные сравнения. Выбирая при этом в качестве образца лучший опыт в отрасли, стране и за ее пределами.

Потребности в ресурсах всегда превышают финансовые возможности организации. В этой связи возрастает значение компетентности менеджеров туристических фирм максимально использовать имеющиеся ресурсы с целью удовлетворения потребностей населения в туристических услугах должного качества.

Важной составляющей такой компетентности менеджеров, которой они должны овладевать, выступает ее социальный аспект. Это означает, что экономическую оценку деятельности туристических фирм, выбор направлений развития в перспективе с точки зрения объемов, видов, качества туристических услуг и тарифов (стоимости) на услуги следует рассматривать с позиций социальных факторов или критериев социальной эффективности.

В блоке социальной эффективности формируются показатели, характеризующие вклад внутреннего туризма в занятость населения территории, создание новых рабочих мест, удовлетворение потребностей населения в отдыхе и оздоровлении, влияние туризма на стандарты и уровень жизни населения территории, социально-культурные изменения. [4]

Социальный аспект экономической деятельности туристических фирм проявляется в том, что к совокупным расходам на оказание туристических услуг, осуществляемыми на микроуровне туристических фирм, относятся также расходы, направляемые на продвижение и пропаганду туризма.

Следует фокусировать внимание менеджеров на получение максимального результата должного качества при тех совокупных ресурсах, которые поступают в систему туризма или могут поступить. В свою очередь, результаты функционирования системы туризма и его составляющих – туристических фирм, в отличие от вложений проблематично рассчитывать в абсолютном денежном выражении. [3]

Заинтересованными сторонами в туризме являются: общество в целом (не только туристические фирмы, но и другие организации); система туризма на национальном и местном уровнях; территориальные ассоциации по туризму; страховые организации; транспортные компании.

Такой подход к определению направлений развития туризма предусматривает организацию эффективного коммуникативного процесса из всех заинтересованных сторон. И в частности, в нем должна обеспечиваться реализация достаточных прав менеджмента туристических фирм при обосновании своего видения в части развития туризма в стране.

Оценивая качество, по результатам оказания туристических услуг, следует отметить, качество исполнения и качество соответствия. Первое следует рассматривать с позиций сложности и трудоемкости процесса оказания туристических услуг, требующих соответствующей компетентности персонала. Качественный туристический продукт, предоставляемый персоналом туристической фирмы, означает отсутствие недостатков в оказании туристических услуг на всех этапах процесса обслуживания потребителей. Из этого следует исходить при организации и выполнении всех функций менеджмента, в том числе и мотивации.

Для оценки и характеристики качества туристических услуг достаточно распространены понятия – надлежащее и ненадлежащее качество туристических услуг.

Надлежащее качество туристических услуг – это соответствие оказанных услуг современным представлениям о его необходимом уровне и объеме с учетом индивидуальных особенностей потребителей и возможностей конкретной туристической фирмы.

Ненадлежащее качество туристических услуг – это несоответствие оказываемых услуг общепринятым представлениям о его необходимом уровне, объеме с учетом индивидуальных особенностей потребителей и возможностей конкретной туристической фирмы.

Таким образом, качество туристических услуг следует рассматривать системно. В основе достижения высокого качества туристических услуг лежат принципы, одинаково важные для различных национальных туристических фирм. Ими являются:

- высокий уровень исполнения;
- достижение результативности;
- безопасность и соответствие содержания туристической услуги потребностям потребителя;
- соответствие законодательству;
- оптимальное использование ресурсов.

При этом следует учитывать, что максимизация качественных характеристик оказываемых туристических услуг с учетом минимизации издержек способствует эффективности использования ресурсов туризма. Туристическая эффективность затрагивает как характеристики результата, так и эффективность использования ресурсов при их достижении. В системе туриз-

ма, как и в любой другой сфере деятельности объективно необходима оценка экономической составляющей. Определение денежной стоимости применения и развития различных туристических технологий, методов и процедур, применяемых в той или иной области.

Подход с позиций экономической эффективности не отражает полной картины того, что является наиболее важным в процессе оказания туристической услуги.

Речь идет о туристической эффективности, посредством которой оценивается правильность или неправильность выбора туристической услуги с позиций влияния на удовлетворение потребностей туристов.

Подчеркнем, что если обслуживание потребителя не эффективно, то об экономическом эффекте речь идти не может.

Литература:

1. Онофрей А.З., Чайковский А.А. Развитие стратегического партнерства как фактора эффективности функционирования сферы туризма в Республике Молдова. Международная научная конференция «Глобальная конкурентная среда: развитие современных социально-экономических систем», 21 апреля 2017 г., г. Кишинев.
2. Онофрей А.З., Чайковский А.А. Развитие стратегического менеджмента на туристских предприятиях в Республике Молдова. Международная научно-практическая конференция «Наука, образование, культура», 10 февраля 2017 г., г. Комрат.
3. Скобкин С.С. Менеджмент в туризме. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2013.
4. ЮВАНЕН Е.И. Оценка социально-экономической эффективности внутреннего туризма в регионе. Вестник ТГЭУ, №3, 2006.