

ПРИНЦИПЫ МЕНЕДЖМЕНТА В ТУРИЗМЕ

Усманова Н.М.

*Преподаватель Самаркандского института
экономики и сервиса*

Тухтамуродова Ширинмох, Нумонов Умеджон
*Студенты 3 курса Самаркандского института
экономики и сервиса*

Аннотация: В статье анализируются принципы управления в туризме. В ней предоставлена информация об этимологии слова «туризм», а также об общих и частных принципах менеджмента.

Ключевые слова: менеджмент, бизнес, принципы управления, туризм, турист, принципы менеджмента.

Термин «туризм» произошёл от французского слова «tour», которое обозначает путешествия людей в какую-либо страну или местность, отличную от места постоянного жительства, с любой целью, кроме трудоустройства. Человека, совершающего такое путешествие, называют «туристом» [2]. В экономике туризм:

1. Отрасль непроектированной сферы, предприятия и организации которой удовлетворяют потребности туристов в материальных и нематериальных услугах [1];

2. Отрасль, включающая в себя деятельность туристических организаторов и посредников, которыми нужно управлять [4, 10].

Менеджмент туризма осуществляется посредством основных исходных принципов управления, которыми руководствуются руководители всех уровней. Эти принципы управления можно представить как основополагающие идеи, закономерности и правила поведения руководителей по осуществлению ими управленческих функций. Все принципы менеджмента подразделяются на две группы: общие и частные [4, 131].

Общие принципы управления:

- принцип применимости означает, что менеджмент разрабатывает своего рода руководство к действию для всего работающего в туристической фирме персонала;

- принцип системности предусматривает, что менеджмент охватывает всю систему, учитывая ее внешние и внутренние взаимосвязи, взаимозависимости и открытость собственной структуры или системы туризма в целом;

- принцип многофункциональности выражается в том, что менеджмент охватывает различные аспекты деятельности: материальные (ресурсы, услуги), функциональные (организация труда) и смысловые (достижение конечной цели);
- принцип интеграции предполагает, что внутри системы различные способы отношений и взгляды сотрудников должны интегрироваться, а вне турфирмы может происходить разделение на свои миры;
- принцип ориентации на ценности означает, что менеджмент туризма включен в окружающий мир с определенными представлениями о таких ценностях, как гостеприимство, честные услуги, выгодное соотношение цен и услуг [4, 132].

Все эти принципы обязательно нужно соблюдать.

Принципы менеджмента в туризме опираются на классические принципы менеджмента. Однако специфика сферы туризма накладывает некоторые изменения в их формулировке и сущности. Выделяют следующие принципы менеджмента в туризме [3]:

- принцип многофункциональности, определяющий всеобщность и допустимость принципов традиционного менеджмента к любому направлению организации турфирмы с учетом их внутренних и внешних закономерностей, взаимообусловленности и открытости управленческой структуризации и системы туризма в целом. Например, принцип классического менеджмента целеполагания или целенаправленности предполагает, что деятельность любой турфирмы осуществляется для достижения каких-либо целей: цель гостиниц - обеспечение комфортного проживания туристов, цель предприятий общественного питания - обеспечение полноценного питания туристов, развлекательных комплексов - предоставление широкого спектра развлечений для туристов;

- принцип мотивации, означающий, что под подготовительным периодом работы с любым путешественником подразумевается установление его целей путешествия, в связи с чем строится дальнейшая работа с ним. Принцип мотивации также реализуется в регулировании персонала туристической фирмы к повышению профессионализма и достижению поставленных задач. Начальство туристических организаций внедряет и использует различные способы мотивировки своих работников для того, чтобы увеличить результативность их деятельности и усовершенствовать качество обслуживания туристов;

- принцип ориентации на ценности, показывающий, что менеджер должен быть включен в окружающий мир и иметь определенные представления о таких ценностях, как гостеприимство, добросовестные услуги, выгодное соотношение цен на услуги и качества их выполнения и т.п. Руководствуясь в своей

деятельности данным принципом, туристские организации формируют собственный положительный имидж и обеспечивают себя постоянными клиентами. Турист, пожелания и требования которого выполнены в ходе путешествия, в следующий раз будет ожидать такого же обслуживания и скорее всего обратится к той организации, которая предоставляет подобный уровень услуг;

- принцип государственной законности, означающий, что туризм как деятельность и управление должен отвечать требованиям законодательства (федерального, регионального). Права туристов на международном уровне защищаются международными конвенциями по защите прав человека и гражданина (например, Европейской конвенцией о защите прав человека) и международными организациями (ООН, Европейский Союз и др.);

- принцип органической цельности субъекта и объекта менеджмента, обозначающий, что управление как механизм влияния субъекта на объект управления должно составлять целостную оптимизационную структуру, имеющую выход, обратную связь и связь с внешней средой. В туризме объект управления - турист, субъект управления - туристическая фирма. Их взаимоотношение реализуется под влиянием большого числа аспектов внешней и внутренней среды, что вызывает непрерывное преобразование их отношения. В связи с этим наличие обратной связи между ними необходимо: оно гарантирует им достаточное и скорейшее реформирование. Например, администрация гостиницы должна постоянно отслеживать потребности туристов в гостиничном обеспечении, чтобы повышать качество оказываемых услуг. В то же время турист изучает рынок гостиничных услуг и выбирает для себя наиболее выгодный и комфортабельный вариант. Таким образом, оба субъекта стремятся к органической целостности и активному взаимодействию, которое обеспечивается обратной связью;

- принцип мобильности и устойчивости системы управления туризмом, характеризующий, с одной стороны, приспособляемость системы менеджмента к изменениям внешней среды, а с другой - ее стабильность. Стабильность туристской системы гарантирует безопасность туризма и придает уверенность в наличии определенных элементов обслуживания. Например, многолетнее присутствие на рынке некоторых туристских компаний говорит о том, что они стабильны, имеют большой опыт работы и соответственно высокое качество услуг, иначе они бы не просуществовали столь длительный период [3].

Итак, можно прийти к следующим выводам:

1. Туризм - это отрасль непродуцированной сферы экономики.
2. Все принципы управления подразделяются на две группы: общие и частные.

3. Общие включают в себя пять принципов, которым должны следовать все руководители, несмотря на их сферу деятельности.

4. Принципы менеджмента в туризме можно подразделить на шесть частных пунктов.

Источники:

1. <https://econf.rae.ru/article/5801>
2. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Туризм>
3. https://studref.com/495849/turizm/printsipy_menedzhmenta_turizme
4. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: Учеб. пособие. - Мн.: БГЭУ, 1999. - 644 с.
5. Усманова Н.М., Ходжаева Ф.А. (2022). Развитие элитного туризма в Самарканде. Journal of new century innovations, 19(2), 6-9.
6. Usmanova N.M., Erkinov F., Sanakulov R. (2022). Innovative development of the hotel enterprise. Barqarorlik va yetakchi tadqiqotlar onlayn ilmiy jurnali, 2(6), 150-152.
7. Usmanova N.M., Khusanova K., Patanov N., Berdimurodov M. (2022). Opportunities for improving hotel service. Barqarorlik va yetakchi tadqiqotlar onlayn ilmiy jurnali, 2(6), 156-158.
8. Usmanova N.M., Rozikova M., Ruziyev A. (2022). The role of digital technologies in hotel business management. Barqarorlik va yetakchi tadqiqotlar onlayn ilmiy jurnali, 2(6), 153-155.