

ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ТУРПРЕДПРИЯТИЕМ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ЕГО РАЗВИТИЮ НА ПРИМЕРЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Устинова А.О.

научный руководитель: Гусак А.С.,

доцент кафедры туризма, канд. экон. наук

*ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной
службы при Главе Донецкой Народной Республики»*

г. Донецк, ДНР

Постановка проблемы в общем виде. Каждый директор стремится сделать своё предприятие успешным. Для того чтобы достичь желаемого результата, не достаточно просто иметь в своём подчинении организацию, необходимо грамотное управление ею. Правильно выбранная стратегия управления – это совокупность процессов, способных выявить и проанализировать происходящие изменения, влияющие на организацию, которые помогут создать условия для правильного реагирования на возникшие проблемы, дают возможность выжить организации в будущем и добиться поставленных целей.

Цель исследования – рассмотреть особенности стратегического управления турфирмой, выявить основные моменты, связанные с деятельностью турфирм в Донецкой Народной Республике и рассмотреть предложения по их развитию.

Изложение материалов основного исследования. Управление предприятием в туристической сфере довольно специфично и имеет свои особенности, присущи только конкретной отрасли:

большая часть туристических предприятий имеют небольшие размеры, а крупные предприятия целесообразно размещать в густонаселенных районах;

туризм, как объект управления, имеет нечеткие и трудноизмеримые цели;

процессы, имеющие вероятностный характер (изменение политической обстановки, резкое ухудшение климата и т.д.) приводит к тому, что усложняется объективное прогнозирование результатов деятельности предприятия, проявляется сильное влияние со стороны заинтересованной клиентуры;

ожидается усложнение в удовлетворении потребностей заинтересованных лиц, так как существующие определенного рода противоречия между заинтересованностью владельцев гостиниц, коренных жителей и, собственно, приезжих туристов;

туруслуга является неотделимой от источника создания, по этой причине, управление в туризме должно больше уделять внимание работе турпредприятий, предоставляющих услуги при непосредственном контакте с людьми;

поведение туриста воздействует на создающееся к нему отношение от принимающей его стороны, так и на других путешественников;

туризм имеет большое влияние на разные сферы: экономика, политика, экология, а они, в свою очередь, так же воздействуют на туризм;

туристическую услугу невозможно увидеть при заключении договора или же попробовать на вкус, как купленный товар;

сезонность, от которой зависит объем туристических услуг, так как природно-климатические условия изменчивы [1].

Стратегическое управление на предприятии выражается в следующих пяти функциях:

планирование стратегии;

организация выполнения стратегических планов;

координация действий по реализации стратегических задач;

мотивация на достижение стратегических результатов;

контроль за процессом выполнения стратегии [2].

Таким образом, к существенным задачам управления в сфере туризма относятся:

- определение типа клиента;
- выявление его потребностей;
- определение тенденций и закономерностей развития спроса;
- сопоставление возможностей турфирмы с запросами клиентов;
- применять различную степень мотивации персонала.

Выводы. Применение и эффективное функционирование стратегического управления в Донецкой Народной Республике возможно в ходе тесного сотрудничества туристических организаций, потребителей и республики в целом. Несовершенство в сфере нормативно-правовых актов, отсутствие закона по туризму негативно влияет на развитие туристической отрасли в регионе. В перспективе необходимо проведение государственной политики в отношении сферы туризма на основе признания его не только перспективной экономической отраслью, но и значимой составляющей социальной сферы, которая сможет реализовывать в своей деятельности ряд важнейших социальных функций.

Список литературы

1. Лойко О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство. Учебное пособие / О.Т. Лойко / – Томск: Издательство ТПУ, 2005. – 152 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/lojko1-3.htm
2. Стратегическое управление. Основные понятия и определения. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.stplan.ru/articles/theory/strman.htm>