

Презентация на тему:

Менеджмента в туризме и его особенности

Содержание презентации


1. Понятие менеджмента в туризме и его задачи.
2. Особенности менеджмента в туризме.

- Менеджмент в туризме – это совокупность методов, принципов, способов, управленческих приемов, форм и средств, которые способствуют эффективному управлению сферами туристического производства и персоналом, занятым с сфере обслуживания туристической деятельности. Главными задачами менеджмента в туризме являются достижение высокой эффективности в его сферах, наилучшее использование природного потенциала и качественное и продуктивное руководство сферы, которое принесет положительный экономический эффект.


Существенные задачи менеджеров в туризме заключаются:

- В определении типа клиента и выявлении его реальных потребностей;
- Сопоставлении полученных данных с ресурсными возможностями турфирмы, т.е. выяснении возможности удовлетворения этих потребностей с помощью имеющихся туров и маршрутов
- Определении общих тенденций и закономерностей развития спроса, а также его специфических особенностей.
- Анализ особенностей туризма как объекта управления показывает, что эта отрасль совершенно не похожа на другие и потому механически перенести наработки и модели управления из других сфер трудовой деятельности в сферу туризма невозможно.

- Туризм как объект управления имеет ряд присущих только ему особенностей, которые во многом обусловлены спецификой отрасли. Задача менеджмента состоит в том, чтобы выявить такие особенности и в дальнейшем учитывать их при управлении туристическими предприятиями и организациями.



Особенности менеджмента в туризме

- 
- Первая особенность туризма с точки зрения менеджмента заключается в больших масштабах туристической индустрии и сложности взаимосвязей между ее составляющими.

- Второй особенностью туризма как объекта управления можно считать нечеткость и сложное определение целей управленческого воздействия. На первый взгляд может показаться, что для частных туристических предприятий цели достаточно ясны - накопление ценностей, получения прибыли. Однако турфирмы часто ориентируются на заявленные, а не на фактические потребности туристов. Чтобы выявить последние, менеджер должен приложить максимум усилий, ведь неэффективность его деятельности может спровоцировать недовольство потребителя.

Особые требования к менеджменту и туризме выдвигает и специфика туристического спроса, который имеет неоднородный характер и выделяется среди других причин:

- неосвязаемость и сохранность турпродукта;
- разнообразием потребительских предпочтений;
- высокой значимости общественных факторов.

- Под влиянием ряда объективных и субъективных факторов: природно-климатических, экономических, социальных (наличие свободного времени), демографических, психологических (традиции, мода), материально-технических (развитие сети учреждений размещения, питания, транспорта и др.). формируется сезонность туристического спроса и предложения. Все указанные факторы, особенно природно-климатические условия, определяющие сезонную неравномерность спроса на туристическое обслуживание. их учета необходимо менеджеру турфирмы для разработки предложения и принятия мер для снижения неравномерности спроса на туристические услуги.