



Сотникова Анна Николаевна, кандидат географических наук, и.о. декана факультета непрерывного и дополнительного образования Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: sotnikovaanna1976 @inbox.ru

ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ МИССИИ И ЦЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассматриваются основные проблемы формирования миссии и целей деятельности туристского предприятия, его основные этапы и факторы, которые влияют на эффективность выбора верной миссии для организации.

Ключевые слова: проблемы туристского предприятия, определение целей, миссия деятельности.

A.N. Sotnikova

Sotnikova Anna Nikolaevna, candidate of geographical sciences, associate professor, acting dean of continuing and additional education faculty of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: sotnikovaanna1976 @inbox.ru

THE PROBLEMS OF DETERMINING THE MISSION AND GOALS OF THE TOURIST ENTERPRISE

The article deals with the main problems of formation of the mission and objectives

of the tourist enterprise its main stages and factors that influence the effectiveness of choosing the right mission for the organization.

Key words: problems of tourism enterprise, definition of objectives, mission of activities.

Актуальным проблемам определения целей деятельности предприятий посвящено множество научных трудов и монографий как у нас в стране, так и за рубежом.

Эксперты в сфере менеджмента главной особенностью выделяют определение организационной миссии, поскольку она является альянсом целеполагания предприятия и оказывает воздействие на многие сферы управления, способствует формированию и определению методов достижения, выявлению приоритетов деятельности фирмы.

Миссия как особая часть стратегии каждой фирмы определяет ее цель и задачи, дает представление о назначении организации, пользе ее деятельности для общества в целом и для сотрудников [2, с. 136].

В современной трактовке миссия туристской фирмы должна рассматриваться с точки зрения определения ментальных и физических потребностей туристов и их эффективного своевременного удовлетворения. Сама по себе миссия не должна быть зависима от текущего состояния организации, от ее методов работы и форм.

Миссия проектирует модель будущей организации, какие усилия надо вложить для достижения наиболее высоких результатов, какие ценности в том или ином периоде времени будут перспективны.

В общем плане миссия формирует общие ориентиры деятельности организации, а цели показывают конкретные результаты деятельности, которые необходимо достичь за определенный временной период, необходимый для осуществления миссии [1, с. 39].

Рассмотрим цель, это конкретное состояние каких-либо отдельных характеристик организации, достижение которых является ключевым для предприятия и на которые направлена его деятельность.

Цели играют важнейшую роль в деятельности туристской организации, поскольку на них базируется построение организационных отношений, система мотивации, они являются начальной точкой планирования деятельности предприятия.

Если рассмотреть проблемы разработки миссии и определение цели на примере туристской компании в современных экономических условиях, то туристской компании не следует ограничиваться лишь текущим планированием.

В данной ситуации возникает необходимость формирования стратегии фирмы, определение ее миссии и цели деятельности, которую ставит перед собой предприятие.

Основной проблемой при разработке стратегии развития предприятия туристской индустрии обычно является неправильная расстановка компетенций сотрудников, так как каждый из них представляет собой лицо фирмы, поэтому некомпетентные работники могут сильно пошатнуть авторитет туристской фирмы.

Основной целью деятельности любой турфирмы выступает удовлетворение потребностей туристов. Для достижения данной цели туристское предприятие должно, прежде всего, поставить в приоритет решение следующих задач:

- оказание качественного обслуживания туриста на высоком уровне в любое время и в любом месте, при выборе услуги;
- совершенствование уровня доверия и уважения своих потенциальных клиентов и тесный контакт с существующими клиентами;
- формирование туристских услуг в соответствии с современными стандартами;
- предложение клиентам только тех туристских услуг, в которых они

нуждаются;

- применение системы поощрения клиентов.

От высокой квалификации кадрового состава туристского предприятия зависит успех и репутация предприятия.

Нельзя также забывать и о ресурсном потенциале, грамотном их распределении, в этом случае дерево целей – хороший вариант для анализа ситуации, важно рассмотреть потребности и ресурсы, которые есть в распоряжении предприятия.

Используя в планировании дерево целей, туристскому предприятию следует конкретизировать задачи, целесообразно учитывая конечный результат [3, с. 68].

Поможет в данном случае описание пошагового развития соответствующих критериев выполнения. Для оптимального решения проблемы планирования дерева целей необходимо установить временные рамки выполнения конкретных задач.

При рациональном распределении задач необходимо определить стратегию поэтапного решения:

- определить главную цель;
- проанализировать возможные ресурсы;
- выстроить необходимые подцели.

В результате этого решается проблема определения главной задачи и уточняются подцели, но необходимо рационально использовать ресурсы.

Для решения проблем туристских предприятий, как текущих, так и на перспективу, получения относительно устойчивой структуры целей компании, необходимо учитывать иерархию целеобразования и использовать принципы формирования различных структур.

Таким образом, обобщая вышесказанное, актуальные проблемы определения миссии и целей предприятия являются сложным многогранным процессом, от разработки и выбора которого зависит эффективность работы туристского предприятия.

Каждая организация вне зависимости от сферы деятельности должна правильно формировать миссии деятельности своей компании, учитывать различные взаимосвязанные факторы как внутри фирмы, так и в окружающем пространстве.

От правильного решения основных проблем предприятия зависит его процветание, позиции на рынке туристских услуг и его прибыль.

Список используемой литературы:

1. *Боголюбов В.С.* Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве: учебник для академического бакалавриата. 2-е изд., испр. и доп. М., 2019. 293 с.
2. *Березовая Л.Г.* История туризма и гостеприимства: учебник для СПО. М., 2019. 477 с.
3. *Бугорский В.П.* Организация туристской индустрии. Правовые основы: учеб. пособие для СП. М., 2019. 165 с.
4. *Восколович Н.А.* Маркетинг туристских услуг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. 3-е изд., перераб. и доп. М., 2019. 191 с.