



УДК 65.0

**Егорова Е.Н.,**  
преподаватель Краснодарского  
государственного института  
культуры

### ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТА-МЕНЕДЖЕРА СФЕРЫ ТУРИЗМА

**Аннотация:** в статье рассматриваются ключевые проблемы организации сферы туризма в контексте оказания услуг, рассмотрены проблемы, препятствующие их развитию; даны практические рекомендации по совершенствованию системы управления малыми предприятиями сферы туристических услуг, намечены пути улучшения и совершенствования системы управления данными предприятиями.

**Ключевые слова:** малые предприятия, сфера туристических услуг, система менеджмента, пути совершенствования.

**E.N. Egorova,**  
teacher of Krasnodar state  
Institute of culture

### THEORETICAL ASPECTS OF TRAINING OF THE SPECIALIST MANAGER OF THE SPHERE OF TOURISM

**Summary:** in article are considered key problems of the organization of the sphere of tourism in the context of rendering services, the problems interfering their development are considered; practical recommendations about improvement of a control system of small enterprises of the sphere of tourist services, ways of improvement and improvement of a control system of these enterprises are made.

**Keywords:** small enterprises, sphere of tourist services, system of management, way of improvement.

Содержание понятия «менеджмент» можно рассматривать в различных аспектах. Во-первых, как вид профессиональной деятельности, во-вторых, как организацию управления предприятием, науку и искусство управления. Менеджмент в научной литературе рассматривается как процесс разработки и принятия управленческих решений [1]. Таким образом, менеджмент – это специфическая разновидность управленческой деятельности и изучающая ее наука.

В сфере услуг применяется понятие «сервисный менеджмент» [1]. Б. Чернышев определяет сервисный менеджмент как философию управления, согласно которой он должен быть принципиально ориентирован, во-первых, на максимально возможное удовлетворение специфических потребностей конкретного клиента путем предоставления ему сервисного продукта (самостоятельной услуги или системы, объединяющей материальный продукт и сопутствующие услуги), обладающего определенным эффектом полезности, т.е. качеством, оцениваемым потребителем; во-вторых, на создание в организации возможности и условий для производства такого продукта (обеспечение персоналом, материальными ресурсами, технологией); в-третьих, на увязывание целей и интересов (выгоды) всех вовлеченных в процесс оказания услуги сторон (организации, клиенты, другие группы интересов) [2].

На сегодняшний день предприятия малого бизнеса в сфере услуг осуществляют свою деятельность в условиях нестабильности внешней среды, отреагировать на ее изменения и приспособиться

предприятия не успевают, настолько велика скорость изменения внешних факторов. В таких условиях необходимо заранее планировать перспективы развития деятельности предприятия, прогнозировать возможности и координировать основные действия для достижения поставленных целей.

Результат проведенного исследования «Российское обозрение малых и средних предприятий» показал, что необходимо, во-первых, применять научно-методическое обеспечение и современные методы менеджмента предприятий в сфере малого бизнес; во-вторых, налаживать взаимодействие со СМИ для пропаганды предпринимательской деятельности. По итогам исследования были сделаны выводы о государственном обеспечении мер по поддержке предприятий в сфере малого бизнеса. Итоги исследования составили следующий результат: 86% опрошенных считают, что государственная поддержка предприятий сферы малого бизнеса необходима, 73% – утверждают, что нужны такие виды господдержки как нормативная поддержка, упрощение порядка регистрации, ликвидации, а также сокращения видов лицензируемой деятельности предприятий сферы малого бизнеса. Следовательно, основными проблемами менеджмента предприятий сферы малого бизнеса на практике являются нестабильная внешняя среда, отсутствие надлежащей государственной помощи малым предприятиям, а также недостаточная информированность руководителей предприятий о конкурентной среде. Основные трудности возникают из-за экономии предпринимателей на качественных исследованиях макро- и микросреды, которые могли бы дать точную информацию о процессах, происходящих на рынке услуг среди предприятий малого бизнеса и о потребностях потребителей. Чаще всего в управлении предприятиями малого бизнеса не применяются элементарные методы менеджмента. Например, планирование с четко определенными целями и задачами с конкретными сроками достижения. Самым простым методом планирования деятельности предприятия сферы малого бизнеса может выступать построение дерева целей. Не внедряются стандарты деятельности и должностные инструкции работников предприятий, следствием чего является невозможность корректного и достаточного управленческого контроля.

Таким образом, для перспективного развития предприятий сферы малого бизнеса необходима активная господдержка на всех уровнях, внедрение и применение на предприятиях стратегий и методов сервисного менеджмента.

Одним из важных условий успеха сервисного предприятия является способность быстро и качественно удовлетворять требования потребителя. Применяя в своей деятельности стратегии, ориентированные на клиента, предприятия сферы малого бизнеса обеспечивают себя лояльными потребителями, так как предприятие учитывает изменение потребностей целевых потребителей и стремится предоставить им максимальную потребительскую ценность.

Необходимо обратить внимание на то, что внедрение новых методов планирования трудовых процессов на сервисных предприятиях подразумевает следующие инновационные подходы:

- оценку эффективности применяемых технологий (совокупности методов, приемов труда) и средств труда (орудий производства);
- изучение и отбор наиболее эффективных технологий и средств труда;
- планирование повышения эффективности применяемых технологий и средств труда [3].

Считаем, что любая инновационная деятельность, инновационное управление трудом на предприятии сферы малого бизнеса нуждается в развитии и совершенствовании, в связи с чем необходимо более широкое внедрение методов сервисного менеджмента на основе следующих более углубленных факторов:

- мотивации и стимулирования поведения персонала;
- развития инновационных коммуникаций;
- формирования системы эффективного развития и внедрения новшеств [4].

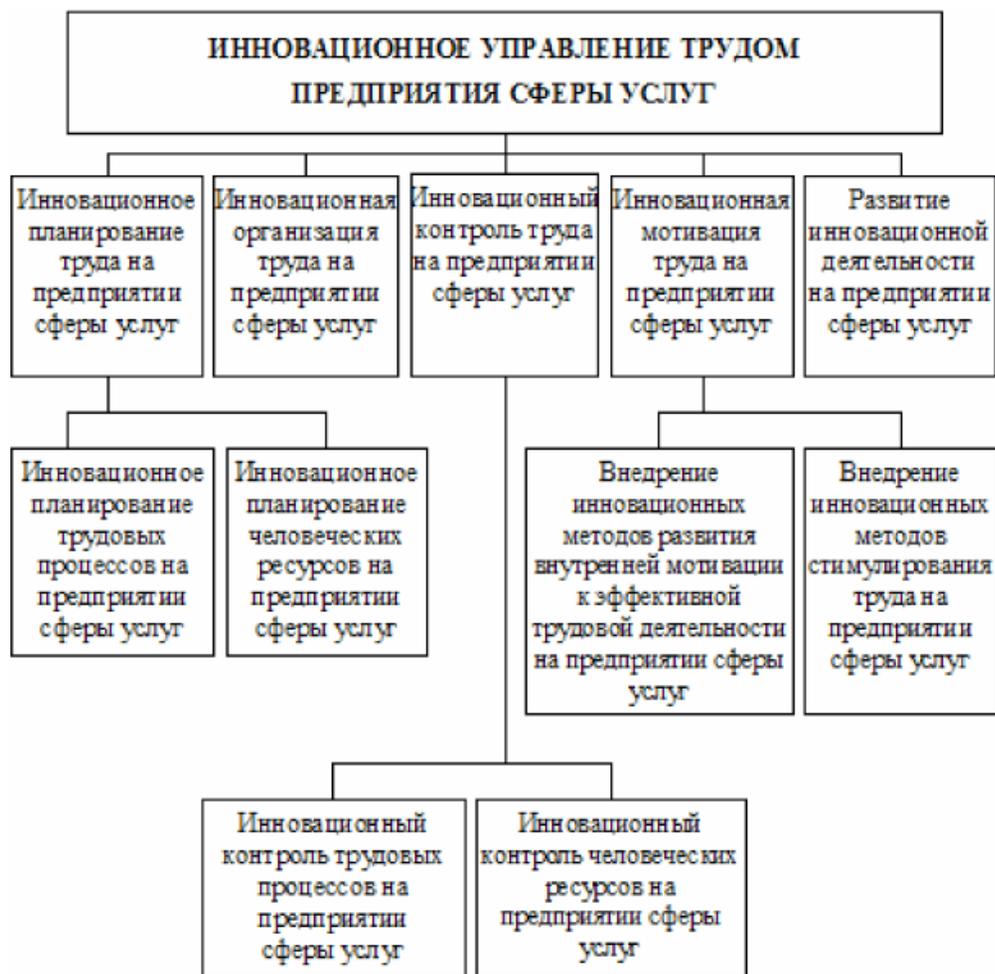


Рис. 1. Функциональная структура инновационного управления трудом на предприятии сферы малого бизнеса [3].

Инновационный менеджмент определяется как вид научно-технической, социально-экономической, а также предпринимательской деятельности, направленной на достижение целей и задач учреждения на основе эффективной организации инновационных процессов. Инновационный менеджмент представляет собой сочетание различных функций управления (маркетинг, планирование, организация, контроль), каждая из которых направлена на решение специфических вопросов взаимодействия между отдельными подразделениями фирмы.

Таким образом, на сегодняшний день в сложившейся ситуации в сфере услуг предприятию, чтобы выжить, необходимо вводить в свою деятельность приемы и методы инновационного сервисного менеджмента. Это позволит им быть более гибкими, адаптироваться к постоянно изменяющимся условиям внешней среды.

#### Список литературы:

1. Бродертон К. Мелкие предприятия и стратегическое управление // Проблемы теории и практики управления. 1991. № 2. с. 85–88.
2. Чернышев Б. Менеджмент в сервисной экономике: сущность и содержание. URL: [http://vasilievaa.narod.ru/16\\_1\\_04.htm](http://vasilievaa.narod.ru/16_1_04.htm)
3. Веснин В.Р. Основы менеджмента. Курс лекций для студентов высших учебных заведений. М.: О-во «Знание» России. Центр. ин-т непрерыв. образования. 1996. 472 с.
4. Феклистов И.Ф. Инновационный менеджмент: учебник для вузов. СПб.: Политехника-сервис, 2010. 489 с.