

Тахтаева Римма Шаймардановна

Казахский гуманитарно-юридический инновационный университет

(Республика Казахстан, г. Семей)

E-mail: rimmatahtaeva@mail.ru

Молдажанов Марат Бетимбаевич

Казахский гуманитарно-юридический инновационный университет

(Республика Казахстан, г. Семей)

E-mail: zakimovb@mail.ru

Курманбаева Сауле Танирбергеневна

Казахский гуманитарно-юридический инновационный университет

(Республика Казахстан, г. Семей)

E-mail: kurmanbaeva1968@mail.ru

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ТУРИЗМОМ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Аннотация: В статье рассмотрены основные вопросы системы управления туризмом в РК. Специфика управления заключается в том, что не существует стратегии, единой для развития всех объектов управления, как и не существует единой универсальной модели управления. Описаны методы и модели управления отраслью. Также изучены ключевые пространства, в рамках которых субъект управления определяет свои цели.

Ключевые слова: кадровая политика, управление персоналом, предприятие, кадровые службы, трудовые ресурсы, кадровый потенциал

Значимость подхода в системе управления повышается с ростом сложности объектов управления. В любой организации руководители должны владеть информацией о стратегическом положении объекта управления, его внутреннем потенциале, а также внешних условиях. Следует понимать, что условиях рыночных отношений, противная сторона владеет той же информацией об идеях, методах и подходах, поэтому способны реализовать их.

Эффективное развитие и продвижение туристической отрасли зависит от тщательности анализа условий, успешности превентивных мероприятий, интуиции, опыта, концентрации усилий на ключевых направлениях и настойчивости в реализации принятых решений. «Необходимо учитывать то, что существуют принципы стратегического управления, на которых основан стратегический менеджмент»[2, 132]. «Методы и модели управления отраслью формируются на системе объективных законов, понятий, концепций, практически проверенных при создании бизнеса на различных уровнях. Основные элементы теории и методического аппарата управления включают»[3]:

- «определение стратегических ориентиров развития (видение, миссия, система стратегических целей)»[3];
- «анализ и оценка условий деятельности, которые состоят из анализа внешней среды и оценки внутренних возможностей субъекта и объекта управления»[3];
- «разработка и выбор общей стратегии и частных альтернатив»[3];
- «планирование (разработки планов развития субъектов и объектов управления различного уровня)»[3];
- «реализация решений, организация контроля их исполнения и корректировка (при необходимости)»[3].

«На региональном уровне управления туризмом регулирование принципов и правил ведения турбизнеса следует ориентировать на согласование интересов различных групп субъектов турбизнеса и органов государственного управления, выработку принципов толерантного поведения, предложения бизнесу общих методов согласования интересов (например, сбалансированное представительство заинтересованных групп в органах управления в Европе, система «кейрецу» в Японии и др.)»[4].

Реализация миссии субъекта управления тесно связана с определением системы стратегических целей системы управления. В общем виде цель представляет собой желаемое и возможное (прогнозируемое) состояние системы. «Рассматривая уровни предприятий и корпорации, выделяют восемь ключевых пространств, в рамках которых субъект управления определяет свои цели»[3].

1. Положение на рынке. «На тех рынках, где компания намерена вести конкурентную борьбу, она должна завоевать устойчивые позиции»[4]. «Поэтому рыночными целями могут быть завоевание лидерства в определенном сегменте рынка, увеличение доли рынка предприятия до определенного размера»[4].

2. Инновации. «В отсутствии инноваций в товарах и услугах, маркетинговых подходах и средствах производства компания неизбежно уступит позиции конкурентам»[4]. «Поэтому целевые установки в этой области связаны с определением новых способов ведения бизнеса: организацией производства новых товаров, освоением новых рынков, применением новых технологий или способов организации производства»[4].

3. Производительность. «Для оценки результативности использования ресурсов применяются различные показатели»[4]. «Более результативно то предприятие, которое затрачивает на производство определенного количества продукции меньше экономических ресурсов»[4]. «Показатели производительности труда, ресурсосбережения важны для любого предприятия»[4].

4. Ресурсы. «Каждая компания стремиться к привлечению наиболее ценных рыночных активов: квалифицированных работников, капитала и материальных активов»[4]. «Для достижения целей в сфере ресурсов вырабатывается потребность во всех видах ресурсов»[4]. «Определяются

существующий и требуемый уровни, выдвигаются задачи расширения или сокращения ресурсной базы, обеспечения ее стабильности»[4].

5. Социальные цели. «На сегодняшний день многие западные экономисты признают, что отдельные фирмы обязаны ориентироваться не только на увеличение доходов, но и на развитие общепризнанных ценностей»[4]. «Социальная ответственность бизнеса имеет две формы»[4]. «Первый подход характеризует выявление причин отрицательных воздействий на природу и социальную среду и, по возможности, устранение их»[4]. «Второй подход (более современный) заключается в привлечении материальных и интеллектуальных возможностей компаний для помощи обществу в решении вопросов образования, безработицы и других социальных проблем»[4].

6. Прибыльность. «Определив необходимые ресурсы и возможные риски, прибыль служит «приманкой» для привлечения капитала»[4]. «Эти цели могут быть выражены количественно: достигнуть определенного уровня прибыли, рентабельности»[4].

7. Персонал. «Цели в отношении персонала могут быть связаны с сохранением рабочих мест, обеспечением приемлемого уровня оплаты труда, улучшением условий и мотивации труда и т.д»[4].

8. Управление предприятием. «Краткосрочная прибыль предприятия - результат предпринимательского таланта и чутья, в то же время везения»[4]. «Получение прибыли в долгосрочной перспективе можно только путем организации эффективного менеджмента, отсутствие которого, по мнению многих специалистов, сдерживает развитие многих предприятий»[4].

Основные направления совершенствования функционирования данного сегмента туристической деятельности должны быть ориентированы на повышение комфортности, качества и разнообразия оказываемых услуг, в том числе за счет использования сопутствующих природных ресурсов: геоморфологических, климатических, ботанических.

Список использованных источников:

1. О развитии туризма в Республике Казахстан. http://egov.kz/wps/portal/Content?contentPath=/egovcontent/tour_sport/turizm/article/razvitie_turiz
2. Томпсон-мл. А., Стрикленд III А.Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа /пер. с англ. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2006.- 928 с.
3. Байков Е.А. Стратегический менеджмент: Учебное пособие. – СПб.: Д.А.Р.К., 2008. – 211 с.
4. Соколов А.Г. История менеджмента: Учебное пособие.- СПб.: Институт экономики и права., 2005.- 130 с.

5. Восточно-Казахстанская область. <http://turkistan.ru/kazakhstan-segodnya/regiony-kazahstana/vostochno-kazahstanskaya-oblast.html> (дата обращения: 20.11.2020)