

ЗАРУБЕЖНЫЕ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ В ТУРИЗМЕ

Kamalova Malika Umidjanovna
Student of Tashkent State University,
2nd year, faculty of “Tourism”
E-mail:kamalovamalika36@gmail.com

Аннотация: Основная цель моего исследования состояла в том, чтобы выявить, охарактеризовать и обсудить основные типы и проблемы иностранных моделей управления, которые можно найти в туристической отрасли. Структурой, стратегией и подходом к управлению туристической операции которые были разработаны международными организациями или иностранными основными моделями такими как The Western Management Model, Japanese Management Model и Sustainability and Responsible Tourism Models называются иностранными моделями управления в туризме. Эти модели часто принимаются туристическим бизнесом или направлениями, которые стремятся подражать успешным практикам других стран, адаптировать их к местным условиям или повысить свою операционную эффективность. Они дают представление о том, как можно эффективно управлять связанными с туризмом предприятиями (гостиницами, курортами, туроператорами и т. д.) и направлениями (городами, регионами, странами) с международной точки зрения

Ключевые слова: модели управления, структура, стратегия, туристические отрасли, основные типы, туристические предприятия.

FOREIGN MANAGEMENT MODELS IN TOURISM

Kamalova Malika Umidjanovna
Student of Tashkent State University,
2nd year, faculty of “Tourism”
E-mail:kamalovamalika36@gmail.com

Abstract: The main objective of my research was to identify, characterize and discuss the main principles and issues of foreign management models that can be found in the tourism industry. The structure, strategy and approach to managing tourism operations that have been developed by international organizations or foreign models, such as the Western management model, the Japanese management model and the sustainable and responsible tourism models, are called foreign tourism management models. These models are often adopted by tourism businesses or destinations that seek to emulate successful practices in other countries, adapt them to changing conditions or improve their operational efficiency. They provide insights into how change can be

effectively managed with tourism businesses (hotels, resorts, tour operators, etc.) and destinations (cities, regions, changes) taking into account international perspectives.

Keywords: management models, structure, strategy, tourism industries, main types, tourism enterprises.

Введение:

Менеджмент — это процесс планирования, организации, мотивации и контроля ресурсов

✓ Человеческих - управление персоналом, обучение и развитие сотрудника.

✓ Материальных - нужда в материальных вещах.

✓ Финансовых - управление бюджетами, расчеты.

с целью достижения определённых целей и задач организации. Он включает в себя различные функции, направленные на эффективное управление и координацию всех аспектов деятельности предприятия или организации. Менеджмент (управление) не только используется в бизнесе, но и в других сферах как Туризм, Компании, а также в личной жизни для эффективного использования времени и человеческих ресурсов.

Управление подразделяется на три вида школ (научное управление, школа человеческих отношений, а также административная школа) , которые были основаны Тэйлером, Гилбертом и Мэйом и другими учеными. Соответствуя этим школам, основными подходами к управлению являются: подход с точки зрения поведения человека, операционный подход, подход с точки зрения социальной систему и другие разные подходы.

Обсуждение и результат:

Соответствуя теме имеется несколько зарубежных моделей управления в туризме, но самыми основными в менеджменте являются: западная модель управления, Японская модель и Американская модель управления.

Западная модель управления относится к подходу к управлению бизнесом, который широко используется в Европе и Северной Америке, подчеркивая систематический, структурированный и эффективный способ управления организациями. Эта модель характеризуется формальными иерархиями, четкими ролями, четко определенными процессами и фокусом на операционной эффективности, часто обусловленной целью максимизации производительности и прибыльности. В контексте туризма эта модель обычно отдает приоритет обслуживанию клиентов, стандартизированным процедурам и интеграции технологий для улучшения операционных результатов .

Широко применяется международными гостиничными сетями,

авиакомпаниями и туроператорами по всему миру. Например, гостиничные сети, такие как Marriott или Hilton, и авиакомпании, такие как American Airlines, следуют стандартизированным операционным процедурам в таких областях, как обслуживание клиентов, маркетинг и обучение, чтобы обеспечить единообразие и высокие стандарты обслуживания во всех своих глобальных сетях. Эта модель также распространена среди международных туристических операторов, которые работают со стандартными пакетами и предложениями, часто используя цифровые платформы для бронирования и управления обслуживанием.

С другой стороны, существуют определённые вызовы и угрозы, такие как то, что западные подходы к управлению, особенно те, которые направлены на стандартизацию, не всегда учитывают местные традиции и ценности в странах, не относящихся к Западу. Это может привести к культурным недоразумениям и нарушению отношений с местными сотрудниками и клиентами. В разных регионах могут существовать различные ожидания по поводу качества обслуживания и взаимодействия между людьми. Например, акцент на формальности и эффективности, характерный для западного подхода к управлению туризмом, не всегда воспринимается положительно в культурах, где ценится более персонализированное или гибкое обслуживание. Здесь нужно обращать внимание на типы менеджмента, в основном на человеческого управления.

В целом западная модель управления доказала свою высокую эффективность во многих контекстах, ее применение на глобализованном рынке требует учета культурных различий и гибкости в адаптации процедур к местным потребностям.

Вторая модель зарубежного управления является Японская модель управления. Существуют две различные точки зрения на развитие японского менеджмента, которые описывают его историю и влияние на современные практики.

Первая точка зрения утверждает, что большинство аспектов японского менеджмента развивались в течение последних шести десятилетий, при этом история и культура оказали минимальное влияние на профессиональные подходы к менеджменту. Согласно этому мнению, послевоенный период стал поворотным моментом для японского менеджмента, который сформировался в том виде, в котором мы его видим сегодня.

Вторая точка зрения считает, что японский менеджмент был сформирован теоретическими принципами и культурными особенностями общества, и современные практики являются результатом долгого исторического процесса, в ходе которого они менялись и адаптировались в соответствии с японскими идеалами и обычаями. Я полностью согласен с утверждением, что для понимания японского подхода к менеджменту необходимо сначала разобраться

в особенностях японского общества. Для этого важно рассмотреть основные идеи, которые лежат в основе методологии решения проблем в Японии.

В добавок, эта модель относится к особому подходу к управлению бизнесом, который подчеркивает долгосрочные отношения, постоянное совершенствование, командную работу и глубокую приверженность контролю качества. Основанная на традиционных японских ценностях, эта модель интегрирует такие практики, как **кайдзен** (философия постоянного совершенствования), лояльность сотрудников и групповую гармонию в организационные операции. Она ставит коллективное благополучие компании и ее сотрудников выше краткосрочных выгод, делая упор на построение прочных, долгосрочных отношений как с клиентами, так и с сотрудниками. Этот подход повлиял на различные секторы, особенно в таких отраслях, как производство, гостеприимство и розничная торговля. В японской модели управления также уделяется большое внимание обеспечению качества и удовлетворенности клиентов, что часто воплощается в таких практиках, как **омотэнаси** (японское гостеприимство), где сотрудники стремятся предвидеть и удовлетворять потребности клиентов еще до того, как они будут выражены. Хотя эта модель способствует лояльности и приверженности, она может столкнуться с трудностями при конкуренции на более гибких, быстро меняющихся мировых рынках.

Третья самая основная часть модели для всех стран: модели устойчивого развития и ответственного туризма. Эти модели фокусируются на защите окружающей среды, социальной ответственности и благосостоянии местных сообществ в долгосрочной перспективе. Эти подходы акцентируют внимание на том, чтобы туристическая деятельность приносила удовольствие, но при этом не вредила окружающей среде, культуре или обществу.

Также эти модели направлены на минимизацию негативного воздействия туризма на окружающую среду, поощряя такие практики, как сокращение выбросов углерода, управление отходами, сохранение водных ресурсов и поддержка биоразнообразия; на активное участие местных сообществ, гарантируя, что туризм приносит пользу местной экономике без эксплуатации работников или разрушения культурного наследия.; ответственный туризм подчеркивает сохранение культурных традиций и уважение местных обычаев, часто посредством партнерства с местными сообществами для защиты объектов наследия или продвижения местных ремесел.

На развивающихся рынках экономическое давление часто приводит к тому, что краткосрочные финансовые выгоды ставятся выше долгосрочной устойчивости, что затрудняет реализацию ответственных туристических практик. Устойчивые инициативы, такие как экологически чистая

инфраструктура и справедливая заработная плата, могут быть дорогостоящими, особенно на рынках, зависящих от бюджета. Сбалансировать рост туризма с устойчивостью сложно, поскольку чрезмерный туризм все еще может привести к ущербу для окружающей среды. Кроме того, местное сопротивление изменениям, вызванное неосведомленностью или страхом ограничения экономического роста, может помешать принятию устойчивых практик.

Модели устойчивости и ответственного туризма фокусируются на минимизации негативных последствий и максимизации выгод туризма как для людей, так и для окружающей среды. Однако эти модели сталкиваются с трудностями, особенно в балансировании немедленных экономических выгод с долгосрочными целями устойчивости, особенно в развивающихся регионах.

Заключение:

В заключении, можно было бы сказать принятие иностранных моделей управления в туристической отрасли зависит от региона, типа туристического бизнеса и культурной динамики страны. В то время как западные модели фокусируются на эффективности и масштабируемости, азиатские модели подчеркивают отношения, лояльность и качество. Каждая модель приносит определенные преимущества и проблемы, а наиболее успешные стратегии управления туризмом часто объединяют элементы из нескольких моделей, чтобы соответствовать местным рыночным условиям и мировым тенденциям.

Ссылки:

1. "The Principles of Scientific Management" Frederick Winslow Taylor
2. "Kaizen: The Key to Japan's Competitive Success" — Масакэ Имаи
3. "Japanese Management: From the Industrial Revolution to the Internet Age" Ричард В.
4. "Sustainable Tourism: Theory and Practice" by David Weaver
5. Hall, C. M. (2008). "Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships"
6. Swarbrooke, J., & Horner, S. (2007). "Consumer Behavior in Tourism"
7. Müller, D. K., & Jansson, B. (2010). "Tourism and Sustainable Development: New Directions"