

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ В ТУРИНДУСТРИИ	6
1.1 Роль и функции менеджмента предприятий.....	6
1.2 Современные методы принятия управленческих решений и факторы, их определяющие	17
1.3 Специфика организации и управления в сфере туризма	23
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ «ЙОЛТИКА»	28
2.1 Организационно-экономическая характеристика деятельности компании	28
2.2 Анализ финансового состояния предприятия, как показателя эффективности методов управления	35
2.3 Анализ методов управления в компании «Йолтика».....	40
ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ УПРАВЛЕНИЯ В КОМПАНИИ «ЙОЛТИКА».....	47
3.1 Разработка рекомендаций по внедрению современных методов управления в компании «Йолтика»	47
3.2 Прогноз эффективности предложенных решений.....	54
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	61
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	64

ВВЕДЕНИЕ

Успешность функционирования предприятия в значительной степени определяется эффективностью его системы управления. Процесс управления предприятием осуществляется путем реализации функций менеджмента, формирование методов менеджмента и принятия управленческих решений. Приведенные категории взаимодействуют между собой: результатом применения функций менеджмента является разработка методов менеджмента, которые в свою очередь служат базой для принятия управленческих решений на предприятии.

Область деятельности, называемая менеджментом фирмы, может быть разделена на отдельные функции, которые сосредоточены в трех основных группах:

- общее управление (установление нормативных требований и политики управления, политики инноваций, планирование, организация работы, мотивация, координация, контроль, ответственность);
- управление структурой предприятия (его создание, предмет деятельности, правовые формы, связи с другими предприятиями, территориальные вопросы, организация, реконструкция, ликвидация);
- конкретные области управления (маркетинг, НИОКР, производство, кадры, финансы, основные фонды).

Доступность и широкое распространение современных технологий, изменение роли человеческих ресурсов и ряд других причин послужили основанием для резкого возрастания значения стратегического управления.

Актуальность работы обусловлена тем, что в научной литературе отсутствует стратегия, которая была бы единой для всех фирм, как нет и единого универсального стратегического управления. Каждое предприятие является в своем роде уникальным, и процесс выработки стратегии при этом в каждом случае уникален. Он зависит от того, какую позицию на рынке занимает компания, какова динамика ее развития и потенциал. Также имеет значение и поведение конкурентов, характеристики товара или услуги,