

ПЕРСОНАЛ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ РЕСУРС ТУРИСТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Інститут сталого розвитку ім. В.Чорновола, Національний університет «Львівська політехніка», 79013 Львів, вул. С.Бандери, 12, електронна пошта: yuliia.y.stadnytska@lpnu.ua

На сучасному етапі соціально-економічного розвитку в контексті глобалізаційних перетворень, туристична галузь є однією з найбільш прибуткових галузей, що динамічно розвиваються. Її успішний розвиток має позитивний вплив на такі галузі економіки, як транспорт, зв'язок, будівництво та розвиток інфраструктури в цілому. Інтенсивний розвиток сучасних новітніх технологій потребує залучення в туристичну галузь фахівців, які впевнено володіють новітніми досягненнями, передовими технологіями, а також здібних впроваджувати й використовувати сучасні методи та прийоми у професійній діяльності. Відповідно цілеспрямований пошук таких фахівців на ринку праці та залучення їх роботи є актуальним завданням на сучасному етапі функціонування та розвитку ринку праці туристичної галузі.

Суттєво змінюється роль працівника, який з пасивного виконавця перетворюється на активного учасника виробництва чи надання послуг, може та й бажає брати участь в управлінні. Зазначимо, що однією з істотних особливостей туристичного продукту, що перш за все відрізняє його від промислових товарів, є широка участь людей у процесі його створення та реалізації. Людський чинник обумовлює його неоднорідність та якість [1].

Для професійної роботи в індустрії туризму, крім технологічної підготовки та знань в області туристичного бізнесу, необхідна відповідна психологічна підготовка, володіння питаннями міжособистісного спілкування. Дедалі більшого значення набувають особові якості працівника (природна презентабельність і привітність, швидка реакція, відмінна пам'ять, порядність, стійкість у стресовій ситуації тощо), його інтуїція, досвід, здатність та уміння оцінювати ситуацію з різних сторін, у тому числі з погляду своїх клієнтів, можливість творчо та новаторське підійти до розв'язання проблем, що виникають. Персонал туристичної організації може бути важливим джерелом переваги цієї фірми або її недоліком. Важливе значення персоналу туристичного підприємства випливає з характеру послуг туристичної діяльності; високої частки витрат у загальних витратах; значного впливу персоналу на ефективність функціонування підприємства; здатності персоналу до генерації інновацій; факту, що на ринку туристичних послуг взаємовідносини між персоналом та клієнтами впливають на якість пропонованих послуг, задоволення туристів та формування позитивного іміджу фірми та її продуктів.

Персонал туристичної організації зобов'язаний надавати послуги споживачу так, щоб останній перетворився на постійного клієнта. Від цього значною мірою залежить дохід організації — чим більша кількість постійних клієнтів, тим вищий прибуток.

Позитивними рисами персоналу як ресурсу праці є здатність до постійного самовдосконалення та розвитку, унікальність кожної людини, що створює неповторну організаційну культуру, можливість тривалих партнерських відносин організації та працівника на ґрунті спільних інтересів.

Зважаючи на це, сьогодні важливе значення надається підвищенню рівня роботи з особовим складом організації, спрямованість цієї роботи на міцний науковий

фундамент, використання прогресивного вітчизняного та зарубіжного досвіду в аспекті формування, розстановки й використання персоналу туристичної галузі.

Досягнення стратегічних цілей підприємства, а також успішне рішення оперативних завдань, можливе лише при компетентному управлінні персоналом підприємства. Управління персоналом орієнтується на визначення майбутніх потреб і розвитку потенціалу працівника, а також на усвідомлення кожним працівником важливості покладених на нього завдань, створення сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі, що забезпечувало б у подальшому належний рівень мотивації до ефективної праці й досягнення поставлених цілей організації. Мета управління персоналом в індустрії туризму полягає в тому, щоб мотивувати службовців на надання клієнтам якісного обслуговування. Матеріальна мотивація повинна мати вигляд грошової винагороди, соціальних трансфертів тощо. Мотиваційні аспекти мають враховуватися при розробленні стратегії підприємства та впроваджуватися за наявності зворотного зв'язку щодо оцінки їх дієвості. В основі сучасної концепції управління персоналом лежить визнання економічної доцільності інвестицій в залучення персоналу.

Актуальною вимогою стає використання інструментів маркетингу в управлінні персоналом, що дозволяють сформувати системний підхід до вивчення ринку праці, проводити модернізацію системи управління людськими ресурсами у сфері туризму і найголовніше - задовольнити потребу організації в компетентних працівниках.

Маркетинговий підхід до управління персоналом представляє діяльність, спрямовану на ретельне та всебічне вивчення ринку праці, попиту на персонал, переваг і потреб роботодавців, планування та прогнозування потрібних на ринку професій, розробку заходів щодо задоволення попиту на робочу силу, виявлення потенційних потреб роботодавців у рідкісних або дефіцитних професіях, формування купівельних пріоритетів в пошуку персоналу вищої кваліфікації, співробітництво зі службами зайнятості, біржами праці, освітніми установами та іншими джерелами робочої сили, формування іміджу роботодавця. Реалізація поставлених завдань у такий спосіб, дозволить у довгостроковій перспективі забезпечити туристичну організацію не стільки людськими ресурсами, скільки сформувати стратегічний потенціал, за допомогою якого можливе вирішення конкретних цільових завдань [2].

Системно-організаційний процес відтворення та ефективного використання персоналу сприяє досягненню цілей підприємства. Саме тому управління персоналом є ефективним фактором реалізації стратегії підприємства.

Таким чином, персонал – це не просто кількість працівників, які зайняті у створенні та реалізації продукту (послуги), це комплекс властивих кожному особистісно-поведінкових характеристик, а саме компетенцій, потреб, можливостей, кругозору, інтелекту. Персонал можна розглядати як стратегічний ресурс, якому притаманні такі ознаки як активність, відновлюваність, здатність до саморозвитку, зростання вартості з часом. Готовність та прагнення працівника виконувати свою роботу найкращим чином мають розглядатися організацією туристичної галузі як ключовий чинник, що забезпечує її успіх.

Список використаних джерел

1. Бігдан М. Г. *Пряма залежність якості туристичних послуг від ефективного управління персоналом* / М. Г. Бігдан, Ю. Ю. Карлик // *Економіка. Управління. Інновації.* – 2012. – № 2 (8).
2. *Маркетинг туристичних послуг : навч. посіб. / Н. Є. Кудла.* — К. : Знання, 2011. — 351 с.