

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ В КАЧЕСТВЕННОМ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОМ ПЕРСОНАЛЕ

Целева А.Н.,

Института туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

В сфере туризма качество предлагаемых туристических услуг в значительной мере зависит от эффективности работы персонала. Каждый из работников турфирмы выполняет определенные функции, руководствуясь должностными инструкциями. Внутрифирменная атмосфера должна способствовать мотивации персонала к работе, повышению качества обслуживания клиентуры, росту профессионального мастерства, а также поощрению к внесению предложений по различным направлениям деятельности туристического предприятия, например, по разработке и совершенствованию отдельных услуг.

Персонал в индустрии туризма является важнейшей составной частью конечного продукта, одним из основных ресурсов конкурентных преимуществ организации, и следовательно, качество обслуживания в туристических организациях зависит от мастерства и сознательности служащих. Удовлетворение клиента в сфере обслуживания достигается вежливостью персонала и его отзывчивостью. Таким образом, эффективное управление людьми превращается в одну из важнейших функций туристической организации - в функцию управления персоналом [2].

Для поддержания качества обслуживания многие туристические организации разрабатывают стандарты обслуживания - комплекс обязательных для исполнения правил обслуживания туристов, которые призваны гарантировать установленный уровень качества для всех производимых операций. Качество обслуживания в туристических организациях зависит от умения персонала:

- распознать и оценить требования каждого клиента к заказываемому обслуживанию;
- оценить восприятие каждым клиентом предоставляемого ему обслуживания;
- оперативно корректировать по необходимости процесс обслуживания, добиваясь удовлетворенности каждого клиента предоставляемым обслуживанием.

Зависимость туристских услуг от исполнителя проявляется в том, что совокупность полезных свойств туристического продукта - это результат тесного взаимодействия элементов материальной базы туризма и персонала. Высокий уровень сервиса, комфорт, дизайн туристического оборудования и снаряжения еще не означают надлежащего качества туристического продукта, предусмотренного условиями договора оказания услуг. Полноценный комплекс услуг турист может получить только при соответствующих действиях обслуживающего персонала (исполнителя).

Качество туристических услуг определяется уровнем сервиса, профессионализм работников, в значительной степени зависит от его личной заинтересованности и внимания к клиенту. Ошибки и оплошности персонала, недобросовестное отношение к выполнению своих обязанностей, неисполнение или ненадлежащее исполнение услуг могут испортить впечатление от тура, привести к необратимым для турфирмы последствиям (потеря клиентуры).

Таким образом, в настоящее время для квалифицированной работы в индустрии туризма, помимо технологической подготовки, знаний в области турбизнеса, также необходима соответствующая психологическая подготовка, владение вопросами межличностного общения:

- обучение менеджеров всех уровней в сфере психологии и управления, обеспечивающее снижение коммуникативных проблем в туристической компании, чаще всего являющихся главным источником межличностных конфликтов.
- работа по новым направлениям деятельности туристической компании, что повысит мотивацию персонала, у которого открываются новые перспективы карьерного роста.
- подготовка управленцев среднего звена, уменьшающая нагрузку на главного руководителя и одновременно обеспечивающее повышение инициативы работников.
- использование внешнего консультанта, что обеспечит своевременную оценку открывающихся рыночных возможностей, направленных на лучшее удовлетворение растущих потребностей туристов и, как результат, увеличение дохода турфирмы [3].

Для обеспечения конкурентоспособности персонала следует применять элементы творческой активности в решении текущих задач. Любая задача имеет специфическое содержание, структуру и способ реализации, и в зависимости от проявления творческой активности будет достигнут разный конечный результат.

Все большее значение приобретают личностные качества работника, его интуиция, опыт, способность и умение оценивать ситуацию с разных сторон, в том числе и с точки зрения своих клиентов, возможность творчески и новаторски подойти к решению возникающих проблем.

Персонал туристического предприятия должен отвечать следующим требованиям:

- иметь профессиональную подготовку и квалификацию, наличие специального образования (основного или дополнительного), полученного в учебном заведении, имеющем лицензию на право ведения учебной

деятельности в области основного или дополнительного образования в сфере туризма с выдачей документов государственного образца (диплома, свидетельства, удостоверения);

- знать законодательные и нормативные акты, формальности международных норм в сфере туризма, материалы и документы международных туристских организаций, иностранный язык в объеме, соответствующем выполняемой работе;

- уметь дать четкие, точные ответы на поставленные посетителями вопросы;
- владеть информацией, необходимой для потребителя, и постоянно ее активизировать;
- повышать свою квалификацию (на курсах, семинарах и др.) не реже одного раза в год;
- иметь стаж работы в туризме или смежных с ним областях деятельности;
- знать свои должностные обязанности.

Специфика работы коллективов предприятий этой сферы состоит в том, что результатом работы есть не продукт, а услуга. Используя в своей производственно-эксплуатационной деятельности продукты материального производства, работники предприятий туризма и гостиничного хозяйства создают и реализуют разного вида услуги. Процесс обслуживания требует особой четкости и высокой организации работы, которая обеспечивает высокий уровень культуры обслуживания и максимальное удовлетворение потребностей клиента. Индивидуальный характер туристического обслуживания обуславливает продолжительный контакт с потребителем. При этом процессы производства и предоставление услуг совпадают во времени, а клиенты являются прямыми свидетелями, а в некоторых случаях - и участниками обслуживания. Отсюда высокие личные и профессиональные требования к персоналу предприятий туристической индустрии [1].

К первой группе требований относятся личные характеристики, которые тяжело поддаются изменениям. Большинству профессий туристической индустрии присущи естественная презентабельность и приветливость, творческий подход к выполнению обязанностей, быстрая реакция, отличная память, порядочность и т. п.

Ко второй группе относятся требования, которые касаются профессиональных знаний и умений, приобретенных в процессе обучения и трудового стажа, к которым относят: уровень квалификации, умение общаться, владение иностранными языками, производительность работы, трудовая дисциплина, качество работы и т. п.

Уровень квалификации характеризует физические и умственные способности человека, которые он использует в трудовом процессе во время выполнения конкретной задачи.

Свойствами персонала, которые обеспечивают соответствующий уровень квалификации, является эрудированность, профессиональная компетентность работников, знание, умение, привычки и др. Для персонала предприятия туристической индустрии несоответствие занимаемой должности, приводит к ошибкам при осуществлении отдельных действий, манипуляций и операций, увеличивающим время их выполнения при организации трансферов, экскурсий, путешествий в пределах страны и за границей в туристическом бизнесе, а также при предоставлении услуг гостеприимности на предприятиях гостиничного хозяйства.

Цели туристского предприятия воплощают в жизнь его сотрудники. В сфере туризма качество услуг определяется, прежде всего квалификацией исполнителей и их умением работать с клиентами. Отечественная практика показывает, что при подборе кадров не всегда обращается внимание на наличие у претендента базового туристского образования. Наиболее распространенными методами привлечения специалистов являются переманивание их из других организаций, устройство по рекомендации родственников и знакомых.

Конечной целью оценивания конкурентоспособности персонала является определение комплексного обобщенного показателя конкурентоспособности, являющегося условной величиной. [4]

Определив понятия конкурентоспособности персонала и проанализировав ее уровень, можно предложить следующие направления повышения уровня конкурентоспособности персонала предприятий туристической индустрии:

1. Повышение требований к персоналу во время приема на работу.
2. Повышение квалификации кадров:
 - первичное обучение в соответствии с задачами предприятия и специфики работы;
 - обучение для ликвидации разрыва между требованиями к должности и личными качествами;
 - обучение для повышения общей квалификации;
 - обучение для работы по новым направлениям развития организации;
 - обучение для усвоения новых приемов и методов выполнения трудовых операций.
3. Внедрение новых технологий в обслуживании туристов.
4. Применение метода нулевого дефекта.
5. Сокращение случаев нарушения трудовой дисциплины благодаря проведению работы с персоналом.
6. Снижение количества затрат, связанных с проведением работ относительно обслуживания персонала.
7. Внедрение мероприятий научной организации работы: расстановка кадров в соответствии с квалификацией, образованием, возрастом, темпераментом и т. п.
8. Формирование собственной, глубоко продуманной организационной культуры предприятия, его положительного имиджа.

1. Голубков, Е. Основы маркетинга / Е. Голубков. - М.: Финпресс, 2003.
2. Жукова, М. Индустрия туризма: менеджмент, организация / М. Жукова-М.: Финансы и статистика, 2002.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. - М, ЮНИТИ, 1998.
4. Проблемы развития научно-инновационного потенциала Беларуси: сб. науч. тр. / под ред. В.И. Недилько. - Минск: БЕЛИСА, 2004.

ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Шульга Ч.К.,

Министерство спорта и туризма Республики Беларусь,
Республика Беларусь

Анализ работы отрасли в 2010 году показал, что все показатели, характеризующие ее деятельность, выполнены.

Объем платных туристических и экскурсионных услуг составил 468,7 млрд рублей. Выполнение в сопоставимых ценах - 134,5 % (при плане 126 %).

Он увеличился в фактических ценах более чем в 12,9 раза по сравнению с 2005 годом (рисунок 1).

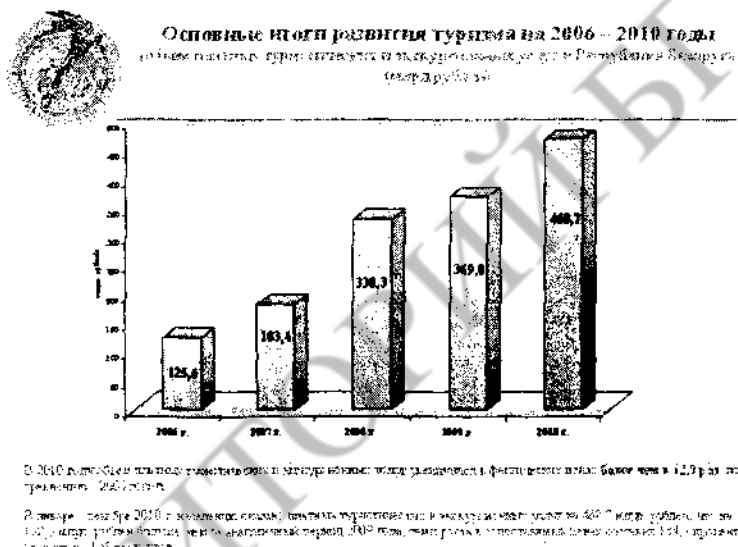


Рисунок 1

В 2010 году экспорт туристических услуг составил 146,7 млн долларов США (135,0 % при плане 119-120 %), что на 38 млн долларов США больше, чем за аналогичный период 2009 года, с заданием справились все области (рисунок 2). Это в 6,8 раза больше, чем за аналогичный период 2005 года (21,5 млн долларов США).

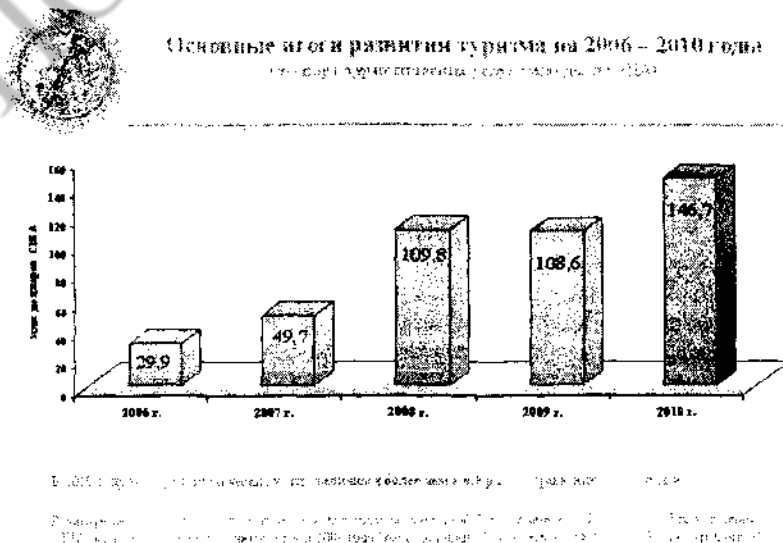


Рисунок 2