

ФОРМИРОВАНИЕ ТРУДОВОГО РЕСУРСА ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Сперанская Н.В.,

Енишин М.М., канд. филос. наук, доцент,

Учреждение образования «Белорусский государственный университет физической культуры»,

Республика Беларусь

Туризм в начале XXI века стал одним из ведущих направлений социально-экономической и культурной жизни большинства государств и регионов мира, а туристическая индустрия – неотъемлемым элементом потребительских моделей и социального поведения значительной части населения.

Эффективность туристической деятельности в современных условиях жесткой конкуренции на рынке туристических услуг в решающей мере зависит от системы менеджмента и профессионализма персонала туристической фирмы, что обусловлено сложностью структуры и механизма взаимодействия менеджера и клиента.

Многие отечественные и зарубежные ученые посвятили этой теме свои научные работы. В одних из них содержание функции «управление» раскрывалось через выделение особенностей его объекта. В связи с этим мы особенно отмечаем исследования Н.В. Родионовой, в которых объекты кадрового управления структурированы таким образом, что отражают основные переломные моменты в развитии взглядов и отношений к людям в процессе производства, непосредственно влияющие на методы и формы руководства.

Также эволюцию кадрового менеджмента можно рассматривать с позиции существующих концепций работы с персоналом. В них по-разному оценивалась роль человека в организации: от экономических выгод лишь его физического труда, до понимания сотрудника в качестве главного элемента, формирующего организационную культуру. Именно с этим связано пристальное внимание к планированию человеческих ресурсов, так как оно направлено на формирование организационной культуры и всестороннее развитие личности. В сочетании с современным менеджментом оно позволяет существенно повысить эффективность управления человеческими ресурсами на предприятии.

Осознавая важность планирования человеческих ресурсов, следует помнить, что все виды планирования взаимосвязаны. Кадровое планирование тогда эффективно, когда оно интегрировано в общий процесс планирования деятельности организации, иными словами, принятие тактических решений должно способствовать достижению стратегических целей. Но все же необходимо отметить, что планированию человеческих ресурсов как процессу присуща своя специфика. Так, если планирование материально-вещественных факторов производства не представляет особой трудности, то планирование персонала является наиболее сложным. Это обусловлено тем, что каждый член трудового коллектива фирмы имеет свои потенциальные трудовые возможности, черты характера и в этом отношении он неповторим. Следовательно, трудовой коллектив как объект тактического планирования не представляет собой сумму работников фирмы. Кроме того, на процесс планирования кадров влияет множество факторов, находящихся как во внутренней, так и во внешней среде организации.

Но, несмотря на существующие объективные сложности, грамотно организованный процесс планирования человеческих ресурсов предоставляет ряд преимуществ: организация может своевременно реагировать на изменения во внешней среде, есть возможность осуществлять необходимый набор кадров, их расстановку по вакантным должностям и карьерный рост.

Следует отметить, что специфика туристической отрасли, на наш взгляд, накладывает существенный отпечаток на процесс управления в целом и на планирование человеческих ресурсов в частности.

Специфика сферы туризма как отрасли национальной экономики заключается в том, что ее продуктом является право на потребление определенного рода услуг, в то время как сами услуги создаются в других отраслях экономики.

На микроуровне качественная специфика туризма, определяющая особенности предпринимательской деятельности в этой сфере, проявляется в уникальном характере взаимодействия субъекта и объекта туристической деятельности на основе реализации туристических технологий, причем объектом туризма является не товар (как в традиционных отраслях), а потребитель товара. Жизнедеятельность системы туризма невозможна без взаимодействия с другими отраслями народного хозяйства.

Многочисленные связи туризма с другими отраслями экономики порождают внешние экономические, экологические и социально-культурные эффекты, распространение которых зачастую находится вне сферы контроля субъектов туристической деятельности. Государственное регулирование развития туризма должно быть направлено на минимизацию негативных и увеличение положительных последствий внешних воздействий.

Менеджмент в туризме – относительно новое для белорусской науки направление. Его возникновение и изучение обусловлены активным развитием туристического бизнеса в Республике Беларусь и необходимостью управления данным процессом.

Именно с учетом актуальности рассматриваемой темы целью исследования было выбрано изучение теоретических и практических основ системы подготовки туристических кадров в высших учебных заведениях Республики Беларусь.

Для достижения поставленной цели было проведено исследование, которое состояло из двух логических структурных частей.

На первом этапе определялось состояние кадрового обеспечения туристической отрасли в Республике Беларусь. Для этого проводился анализ рынка труда в сфере туристических услуг. Его изучение состояло из оценки количества фирм, занимающихся предоставлением туруслуг и специалистов, непосредственно занятых в этой области. Было выяснено, что в настоящий момент на национальном туристическом рынке функционирует немногим более 430 фирм. Причем в динамике изменения их количества в ту или иную сторону на протяжении последних 6 лет не наблюдалось резких изменений, на основании чего можно говорить о практически сформированном в этой области рынке оказания туристических услуг.

Совершенно по-иному складывается ситуация в плане специалистов занятых в сфере туристического бизнеса: последние два года их число резко возрастало и на момент изучения составляло более 9 тысяч человек. Эти показатели роста существенно разнятся с показателями увеличения количества туристических фирм. В связи со сложившейся ситуацией у нас возникли следующие вопросы, для ответов на которые был проведен второй этап исследования:

1. Чем вызвано столь резкое увеличение числа работающих в сфере туризма?
2. Сопоставим ли штат сотрудников с объемом производимой им продукции?
3. Повлияло ли увеличение числа занятых в сфере туризма на улучшение качества оказываемых ими услуг?
4. Соответствует ли профессиональный уровень сотрудников тем требованиям, которые предъявляются к занимаемым ими должностям?

Также в рамках первой части исследования анализировалась деятельность высших учебных заведений, осуществляющих подготовку специалистов для работы в области туризма. Мы определили, что образование в этой сфере можно получить, обучаясь в 25 вузах, но лишь после окончания 4 из них специальность и квалификация выпускников будет непосредственно связана с туризмом.

Окончательные выводы по этому разделу работы были сделаны после сравнительной характеристики соответствия сотрудников туристических фирм требованиям, описанным в «Едином классификационном справочнике должностей служащих, занятых в сфере туризма».

После сопоставления данных, полученных на первом этапе исследования, определен ряд противоречий, которые легли в основу инструментария второго этапа, в процессе которого выяснялось мнение сотрудников туристических фирм о складывающейся ситуации на рынке труда. С этой целью был проведен опрос, проходивший в форме анкетирования. Вопросы анкеты разделены на две группы: образование в сфере туризма и планирование человеческих ресурсов для эффективной работы туристического предприятия. В анкетировании принимали участие сотрудники туристических фирм Минска и Минской области. После обработки результатов нами сделаны следующие выводы:

- 87 % сотрудников турфирм отмечают недостаток современных профессиональных кадров, способных удовлетворить потребности населения в туристско-экскурсионных услугах;

- 83 % специалистов считают необходимым расширить спектр специализаций в подготовке туристических кадров;

- 74 % работников туристических фирм ссылаются на отсутствие базовой и непрерывной системы подготовки туристических кадров, эффективной практики повышения квалификации и переподготовки;

- современный туристический рынок требует нового подхода к кадрам, так как туризм испытывает потребность в специалистах, владеющих техникой обслуживания, способных создавать новые места и специальности, развивать малое и среднее предпринимательство в туризме, управлять и направлять туристические потоки;

- необходима целенаправленная политика в области специализированного и профессионального образования.

В заключение хотелось бы отметить, что предпосылкой эффективной деятельности в сложных социально-экономических условиях является соответствие профессионального уровня кадров, оказывающих туристические услуги, потребности времени. На обеспечение этого соответствия должна быть направлена система различных форм подготовки, приоритетным направлением которой является повышение качества образования. Данная задача вызывает необходимость переосмысления целей и сущности качества профессиональной подготовки. Именно для этого на основании результатов проведенного исследования нами разработаны следующие рекомендации:

1. Создать в Республике Беларусь четко работающую многоступенчатую систему образования в области туристической индустрии, охватывающую все уровни – от профессиональной ориентации школьников до высшего уровня квалификации. Система образования должна быть непрерывной, то есть фактически в течение всей профессиональной деятельности специалисты должны постоянно повышать свой профессиональный уровень. В противном случае не будет прогресса в управлении, обслуживании, не будет внедрения новых технологий.

2. Провести анализ деятельности образовательных учреждений, действующих сегодня на туристическом образовательном рынке, с целью получения полной информации об их опыте работы, направлениях подготовки специалистов, профессиональном составе преподавателей, уровне материально-технического оснащения.

3. Увеличить число практических занятий по специальности в образовательном процессе.

4. Создать программы подготовки и повышения квалификации преподавательского состава учебных заведений.

5. Разработать образовательный стандарт высшего уровня подготовки специалистов (специальность «Менеджмент в туризме»).

1. Родионова, Н.В. Руководство сотрудниками фирмы: учеб. пособие для вузов / Н.В. Родионова. – М.: ЮНИТИ – ДАТА, 2002. – 352 с.
2. Самыгин, С.И. Основы управления персоналом / С.И. Самыгин, М.С. Зайналабидов, З.Г. Макиев, Д.В. Обухов. – Ростов н/Д: Феникс, 2002. – 479 с.
3. Беляцкий, Н.П. Управление человеческими ресурсами: уч.-метод. пособие / Н.П. Беляцкий. – Минск: ФУ Аинформ, 2006. – 319 с.
4. Кабушкин, Н.И. Менеджмент туризма: учебник / Н.И. Кабушкин. – Минск: Новое знание, 2007. – 408 с.
5. Скобкин, С.С. Менеджмент в туризме: учебное пособие / С.С. Скобкин. – М.: Магистр, 2007. – 446 с.
6. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: статистический сборник. – Минск: Министерство статистики и анализа Республики Беларусь, 2007. – 90 с.
7. Статистический ежегодник Республики Беларусь: статистический сборник. – Минск: Министерство статистики и анализа Республики Беларусь, 2007. – 618 с.

СОВРЕМЕННЫЕ КОНЦЕПЦИИ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ, ОСОБЕННОСТИ ИХ ПРИМЕНЕНИЯ В ТУРИЗМЕ

Чигирь А.Ю.,

Еншин М.М., канд. филос. наук, доцент,

Учреждение образования «Белорусский государственный университет физической культуры»,

Республика Беларусь

Мы считаем, что на данный момент развития рынка создание и внедрение систем управления качеством является условием выживания, так как на туристическом рынке наблюдается постоянное увеличение степени конкуренции между туристическими предприятиями. Использование только ценовых факторов конкурентоспособности не гарантирует стабильного положения на рынке. Качество услуг является одним из важнейших факторов успешной деятельности любой туристической фирмы, обеспечивающих защищенную позицию в конкурентной среде, высокую долю продаж на рынке туристических услуг, повышенную и устойчивую цену продаж. Таким образом, процесс постоянного повышения уровня качества предоставляемых услуг дает возможность сохранить не только имеющихся клиентов, но также привлечь новых.

Нами было проведено исследование с целью изучения и анализа современных систем менеджмента качества на рынке туристических услуг.

Объектом исследования являлись процессы внутрифирменного управления качеством в туристических организациях Республики Беларусь. Предмет исследования – нормативно-правовые акты, государственные стандарты Республики Беларусь, международные стандарты, научно-методическая литература в области качества.

В процессе проведенного аналитического исследования применены следующие методы: общенаучные (логический, сравнительный, метод анализа, обобщение собранных данных) и метод опроса (непосредственного и опосредованного). Обработка данных исследования проводилась с помощью качественного анализа полученной информации.

В теоретической части исследования нами был проведен анализ и систематизация трудов ведущих отечественных и зарубежных специалистов в области управления качеством, на основании которого мы сделали следующие выводы:

1. Существуют различные подходы к толкованию понятия «качество услуги», но все определения последних лет основываются на том, что качество, в первую очередь, – это совокупность свойств, в нашем случае туристической услуги, способных удовлетворять определенные потребности [1].

2. Теоретико-методологическая база систем менеджмента качества для совершенствования производственных процессов имеет достаточно высокую степень