

УДК 338.48

Асланова Дарья Михайловна

Студентка

Астраханский государственный университет

Россия, г. Астрахань

ПЕРСОНАЛ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА

Аннотация: в статье рассматривается конкурентоспособный персонал, как один из главных компонентов туристического продукта, а также его влияние на получение потребителями конечного продукта.

Ключевые слова: туристический продукт; персонал; комплектование кадров; оценка кадров; обслуживание клиентов туристических предприятий.

Aslanova Daria Mikhailovna

Student

Astrakhan state University

Russia, Astrakhan

STAFF AS AN INTEGRAL PART OF THE TOURIST PRODUCT

Abstract: The article deals with competitive staff as one of the main components of the tourist product, as well as its impact on the consumers of the final product.

Keywords: tourist product; personnel; staffing; personnel assessment; customer service of tourist enterprises.

С улучшением условий международной торговли и мировых связей, повышается значение мероприятий, которые являются вспомогательными

для совершенствования управления персоналом. Прежде всего, индустрия туризма особенна тем, что персонал является частью ее продукта.

Обратимся к определению персонала - это личный состав организации, осуществляющий трудовую деятельность на основе договорных отношений с работодателем. Кадры - та часть, которая находится в составе штата организации.

Персонал в индустрии туризма является обязательной частью конечного продукта, одним из главных ресурсов, исходя из этого, качество обслуживания напрямую зависит от уровня квалификации кадров.

Актуальность темы определяется, тем, что конкурентоспособный персонал:

- дает компании конкурентное преимущество перед другими организациями;
- предоставляет качественный подбор услуг для потребителей;
- напрямую влияет на стратегию развития организации.

Цель управления персоналом заключается в результативной кадровой политике, которая будет подготавливать персонал на оказание потребителям качественного и удовлетворяющего обслуживания. А это не под силу без необходимой системы координации действий персонала; мотивации и формирования корпоративной культуры, а также обязательных вложений в человеческий фактор и подготовки работников к внедрению принятых устоев.

Задачи по комплектованию штата неизбежно есть в работе любой конкурентоспособной организации. Набор и отбор персонала определяет будущий успех компании, формирует определенную систему стандартов и принципов, помогает бесперебойному функционированию, способствует ее положению на рынке, так как компетентный персонал формирует спрос на услуги этой организации.

Качество человеческих ресурсов, их инвестирование в достижение целей организации, а также качество реализованной продукции или оказываемых услуг по большей части прямо пропорционально тому, насколько была эффективна и оперативно поставлена работа в этих областях кадрового менеджмента.

При выстраивании политики организации большое внимание нужно уделить первоначальному этапу комплектования кадров, а именно максимально точно, дать оценку возможным потерям, ошибкам, которые могут быть совершены при осуществлении и внедрении кадровой политики. Для этого рекомендуется изучить состав и структуру издержек на персонал. Структура издержек на персонал — это сумма всех статей, которые включены в расход: оценка и подбор; обучение, тренинги; оплата труда; система мотивации; всевозможные льготы; увольнение; не квалифицированность персонала. Качество обслуживания на туристических предприятиях зависит, в первую очередь, от степени профессионализма персонала, которая включает в себя следующие моменты:

- распознавать и оценивать требования персонально каждого клиента и оказывать обслуживание по установленным стандартам организации;
- оценивать и воспринимать каждого клиента, который предоставлен ему для туристического обслуживания;
- при необходимости оперативно и своевременно скорректировать процесс обслуживания;
- получать удовлетворенность от обслуживания каждого клиента.

Одним из значимых признаков профессионального обслуживания клиентов является уважение. Правильная линия ведения клиента, атмосфера, живой и не принужденный диалог, все, что его

окружает, должно вызывать у туриста чувство психологического комфорта.

Исходя из этого, можно сделать вывод: задачей персонала является предоставление того, что нужно туристу. А именно: достойное обслуживание, дружественная атмосфера, чувство удовлетворения, внутренний комфорт, приятное отношение: у туриста должно создаться впечатление, что он особенный, и так как к нему больше не относятся ни к кому, т.е. персонал должен быть максимально гостеприимным.

Существование высоких стандартов услуг является немаловажным критерием при поиске новых и сохранении базы действующих (постоянных) клиентов. Большая часть туристических предприятий, в особенности отели и туристические операторы, имеют четко сформированные стандарты и принципы обслуживания клиентов, общие для всех отделов. Они включают в себя подробные инструкции, регламентирующие форму работников, их обувь, внешний вид.

В теории и на практике существуют утверждения, что для того, чтобы иметь довольных клиентов, нужно, чтобы работник был доволен.

Сотрудник, выполняя свою работу, старается сделать ее максимально качественной и эффективной, взамен ожидая от работодателя исполнения некоторых условий, а именно:

- достойной оплаты труда;
- объективной и открытой системы выплаты заработной платы;
- уважения и справедливой оценки личностных качеств;
- построение и поддержание благоприятной рабочей атмосферы;
- возможность давать свою оценку ситуации и высказывать личное мнение;
- перспективы карьерного роста, повышения квалификации;
- четкой организованной процесс работы, с определением обязанностей и функций для каждой должности.

Важное значение в сфере туристического обслуживания и услуг, имеют индивидуальные качества работника, его интуиция, накопленный опыт, умение правильно оценивать ситуацию, быстрое реагирование и принятие решений, в случае нестандартно возникших ситуаций.

Большое значение также придается и деловым характеристикам работника: гибкость мышления, внимание к деталям, навыки взаимодействия с клиентами, нестандартность мышления, умение договариваться, также необходимо уметь вести деловую переписку с клиентом, дисциплинированность, нужно быть ориентированным на достижение результата.

Эти требования объясняют, почему допущенные персоналом ошибки, могут оказать негативное влияние на последующий выбор клиента и на его удовлетворенность качеством работы организации в целом.

Стоит отметить, что недооцененный работник является не только неконкурентоспособным в своей работе, но и часто свое недовольство отражает в работе с потребителями. Получение лояльности, приверженности, энтузиазма работников требует многих мероприятий, которые заключаются в грамотно проведенной кадровой работе, позволяющей умело интегрировать и мотивировать работников.

Таким образом, весь персонал, начиная от сотрудника в туристической фирме, заканчивая экскурсоводом, должен приложить гибкие и динамичные усилия, использовать свой профессиональный опыт и компетентность так, чтобы после своего путешествия турист остался с чувством глубокого удовлетворения и восторгом от пережитых моментов.

Список литературы:

1. Мотышина М. С. Менеджмент туризма: учебник для СПО / М. С. Мотышина, А. С. Большаков, В. И. Михайлов. - 2-е изд., испр. и доп. - М.:

Издательство Юрайт, 2019. -282 с.

2. Чудновский А. Д. Информационные технологии управления в туризме / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. - М.: КноРус, 2016. - 104 с.

3. Щербакова С. А. Международный туризм. Экономика и география / С.А. Щербакова. - М.: Финансы и статистика, 2016. - 144 с.