

ПЕРСОНА КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЧАСТЬ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

Казанчева Ж.Х., магистрант

**Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова,
г. Нальчик. Россия.**

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

С улучшением условий международной торговли и мировых отношений возрастает важность мероприятий, которые являются вспомогательными для улучшения управления персоналом. Прежде всего, туристическая индустрия уникальна тем, что персонал является частью ее продукта. Обратимся к определению персонала, то есть персонала организации, осуществляющего трудовую деятельность на основе договорных отношений с работодателем. Кадры - это часть персонала организации.

Персонал в индустрии туризма является обязательной частью готового продукта, одним из основных ресурсов, исходя из этого, качество обслуживания напрямую зависит от уровня подготовки персонала. По словам П. Лазарова, они представляют собой фундамент, на котором те, кто ра-

ботаает в системе туризма, наращивают свои профессиональные навыки и опыт, развивают и утверждают индивидуальные личностные качества. Удовлетворенность клиентов зависит от подготовленности персонала, их интеллекта, уровня мобильности, то есть тех качеств, которые позволяют сотруднику совершенствоваться в своей работе, тем самым повышая свою квалификацию.

Актуальность темы определяется тем, что конкурентоспособные кадры:

- дает компании конкурентное преимущество перед другими организациями;
- обеспечивает качественный выбор услуг для потребителей;
- непосредственно влияет на стратегию развития организации.

Также, принимая во внимание определение туристического продукта, следует подчеркнуть, что это комплекс услуг, работ, которые необходимы для удовлетворения потребностей туриста во время его путешествия. Она определяется либо как результат человеческого труда, либо в виде выполненных работ и услуг.

Целью управления персоналом является проведение эффективной кадровой политики, которая позволит обучать персонал предоставлению высококачественных и удовлетворительных услуг потребителям. Качество человеческих ресурсов, их инвестиции в достижение целей организации, а также качество продаваемой продукции или предоставляемых услуг, по большей части, прямо пропорциональны тому, насколько эффективной и быстрой была работа в этих областях управления персоналом. Процесс подбора персонала включает в себя определенные этапы:

- поиск;
- выбор;
- аренда;
- распределение по должностям.

Качество обслуживания в туристических компаниях зависит в первую очередь от уровня профессионализма персонала, который включает в себя следующие моменты:

- лично выявлять и оценивать требования каждого клиента и предоставлять услуги в соответствии с установленными стандартами организации;
- оценивать и выявлять каждого клиента, предоставляющего ему туристические услуги;
- при необходимости немедленно и своевременно скорректируйте процесс технического обслуживания;
- получайте удовлетворение от обслуживания каждого клиента.

В теории и практике существуют утверждения о том, что для довольных клиентов необходимо, чтобы сотрудник был доволен.

Работник, выполняя свою работу, старается выполнять ее как можно качественнее и результативнее, но вместо этого ожидает от работодателя выполнения определенных условий, а именно:

- достойная заработная плата;
- объективная и открытая система оплаты труда;
- уважение и справедливая оценка личных качеств;
- создание и поддержание благоприятной рабочей атмосферы;
- способность дать свою оценку ситуации и выразить свое личное мнение;
- перспективы карьерного роста, профессионального развития;
- четко организованный рабочий процесс с определением обязанностей и функций для каждой должности.

Квалифицированный персонал в туристических компаниях должен обладать базовыми теоретическими знаниями, а также практическими навыками в области туристического бизнеса и, конечно же, знаниями в области этики, корпоративной культуры и межличностного общения.

Стоит отметить, что недооцененный сотрудник не только неконкурентоспособен в своей работе, но и часто отражает его неудовлетворенность в работе с потребителями.

Персонал в индустрии туризма является обязательной частью конечного продукта, одним из главных ресурсов, исходя из этого, качество обслуживания напрямую зависит от уровня квалификации кадров. По П. Лазарову, они представляют фундамент, на котором работающие в системе туризма надстраивают свои профессиональные умения и опыт, развивают и утверждают индивидуально-личностные качества. Удовлетворение клиента определяется подготовленностью персонала, его сообразительностью, уровнем мобильности, т.е. теми качествами, которые позволяют сотруднику совершенствоваться в своей работе, тем самым улучшая свою компетентность.

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.

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

Список использованных источников

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, 2019. – 104 с.
3. Щербакова С. А. Международный туризм. Экономика и география / С.А. Щербакова. – М.: Финансы и статистика, 2020. – 144 с.