

## ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ КАК ЗАЛОГ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

В данной статье рассматривается развитие туризма сквозь призму развития качественного управленческого менеджмента.

In this article discusses the development of tourism through the prism of the development of quality management.

*Ключевые слова:* туризм; предпринимательство; развитие; менеджмент; стимулы.

*Key words:* tourism; entrepreneurship; development; management; incentives.

Туризм в настоящее время является одной из наиболее мощных, динамично развивающихся и высокодоходных отраслей мировой экономики, входящих в число важнейших факторов социально-культурного развития территорий, способствующих повышению уровня и качества жизни населения. Учитывая высокую конкуренцию между турагентствами, турист обращает свое внимание, как правило, на два показателя – уровень цены и уровень качества турпродукта. Причем качество становится первостепенным.

Туризм как комплексное межотраслевое явление сочетает в себе функции рекреации восстановления, культурного развития, а потому присутствует в любом обществе и сопутствует любой деятельности в качестве потребителя ряда услуг и продуктов как сфера, обеспечивающая восстановление трудовых функций работающего населения и пр. Это предопределяет использование государством индустрии туризма как сектора, создающего соответствующую среду и поддерживающего развитие других отраслей экономики. В этом и заключается актуальность данного научного исследования.

Предпринимательство – это инициативная деятельность хозяйствующих субъектов, связанная с новаторским использованием имущества, денежных средств и других ресурсов в целях достижения коммерческого и иного успеха на основе сочетания личной выгоды с общественной пользой.

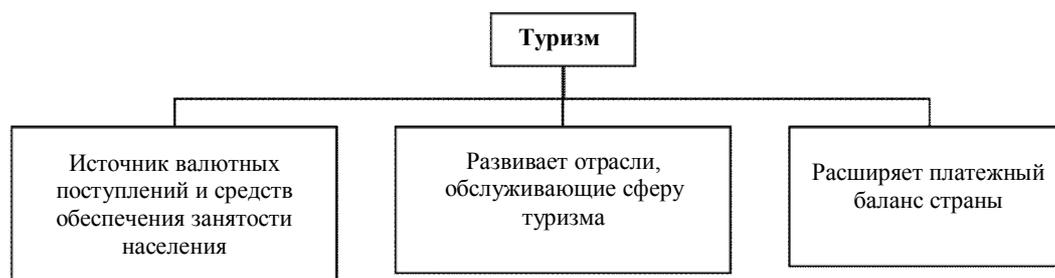
Предпринимательство в сфере туризма – это процесс взаимодействия основных бизнес-субъектов (учреждения и индивидуальные предприниматели), рационально соединяющих вещественные, инновационные и личностные ценности в системе размещения, питания, проведения экскурсионного обслуживания и оказания комплекса дополнительных услуг с учетом риска и экономической ответственности за конечные результаты своей деятельности и эффективности функционирования в условиях рынка с целью получения дохода или иных результатов.

Туристический бизнес привлекателен для предпринимателей по следующим причинам:

- небольшие стартовые инвестиции;
- растущий спрос на туристские услуги;
- высокий уровень рентабельности;
- минимальный срок окупаемости затрат [1].

Эффективность туризма складывается из функций, представленных на рисунке.

### Функции туризма для экономики страны



Примечание – Источник [2].

Категория «качество» – соответствие требованиям клиента должна быть доминирующей в предоставлении турагентами и туроператорами туристского продукта. Потребитель должен получить полное удовлетворение от полученной услуги, которую он оплатил, либо оплатит. Турист должен быть уверен, что его отдых не будет испорчен предоставленным турпродуктом, связанным с какими-либо техническими неполадками.

В современных условиях развития общества корпоративный менеджмент является неотъемлемой составляющей какой-либо системы управления. Вопрос правильной мотивации и организации трудовых ресурсов приобретает особенно важную роль в деятельности и функционировании каждой организации, так как производственный и сервисный процесс должны работать бесперебойно, учитывая современный темп жизни и развития [3].

По результатам анализа экономических исследований в области туристического бизнеса выявлено, что особое внимание уделяется вопросам окружающей среды, рынка, клиентам, однако когда речь идет о совершенствовании системы управления туристической организацией, то основные усилия должны направляться именно на персонал. Кадры в туризме представляют собой важнейшую составную часть конечного туристского продукта, также они являются одним из основных ресурсов, обеспечивающих конкурентное преимущество организации, поэтому качество обслуживания в организациях туристической индустрии непосредственно зависит от уровня компетенции и сознания персонала. Благодаря вежливости персонала, высокому уровню его этики достигается качественное обслуживание клиентов. Исходя из вышесказанного, можно отметить, что одной из важнейшей функций туристической организации является именно управление персоналом.

В рыночных условиях хозяйствования ни одна система управления не может эффективно существовать при отсутствии мотивации и стимулирования труда, поскольку именно мотивация побуждает работника и коллектив в целом к достижению личных и коллективных целей, является решающим следствием результативности деятельности людей. Основная цель процесса мотивации – это получение максимальной отдачи от использования имеющихся трудовых ресурсов, что позволяет повысить общую результативность и прибыльность деятельности организации. Мотивация имеет стратегическое значение, поскольку человеческий капитал – залог развития любой отрасли, в том числе туристической, поэтому очевидна потребность в создании научнообоснованного механизма стимулирования деятельности персонала туристических организаций.

Туристическим организациям целесообразно использовать следующие материальные стимулы: начисление заработной платы с добавленным процентом от продажи туров, единовременные денежные вознаграждения, поощрительные и компенсационные выплаты, надбавки и доплаты, предусмотренные законодательством.

Одной из современных форм мотивации работников является социальный пакет, который рассматривается как одно из базовых требований кандидата на рабочее место. Организации, которые предоставляют сотрудникам социальный пакет, считаются более надежными и стабильными, а следовательно, имеют значительные преимущества в борьбе за высококвалифицированных специалистов. Большинство работников расценивает социальный пакет как желание работодателя улучшить условия труда, проявления заботы о подчиненных и стремление избежать текучести кадров.

Если рассматривать со стороны работодателей, то для них социальный пакет это, прежде всего, возможность компенсации затрат труда работников при отсутствии финансовой возможности существенно повысить оклады. Материальное стимулирование, которое не подкреплено моральным фактором, не приносит максимального эффекта. Нематериальными стимулами являются присвоение звания лучшего работника периода, награждение грамотой, объявление благодарности, занесение фамилии работника в книгу почета, помещение фотографии работника на доску почета, благоприятные условия труда, присуждение почетных званий лучшего работника, вручение писем благодарности семьям работников, медицинское обслуживание, возможности самосовершенствования, дешевые туристские путевки для отдыха, призы, подарки, привлечение работников к участию в управлении, возможности профессионального роста и продвижения по службе, возможности развития индивидуальных способностей, направленных на активизацию трудовой активности работников сферы туризма в будущем [3].

В наши дни конкуренция развития управленческих навыков существует не за счет специалистов, а за счет другого сообщества руководителей – линейных менеджеров и высших исполнительных менеджеров. Исполнительные менеджеры делают все для содействия повышению профессиональной компетенции своих подчиненных [4].

Региональная туристическая политика в Республике Беларусь в 2021–2025 гг. направлена на создание в регионах страны развитой туристической индустрии, способной производить и реализовывать качественный, конкурентоспособный комплекс туристских услуг.

Региональная туристическая политика в Республике Беларусь направлена на создание в регионах страны развитой туристической индустрии, способной производить и реализовывать качественный, конкурентоспособный комплекс туристских услуг. Наша страна имеет достаточный потенциал для развития всех видов туризма. Несмотря на то, что она не располагает знаковыми для туризма ресурсами, она имеет ряд преимуществ в сравнении с другими странами. Это:

- близость к туристскому рынку с очень высоким финансовым потенциалом;
- соседство со странами Балтии, России, Польши является серьезным ресурсом к развитию приграничного туризма;
- богатый природный потенциал и т. д.

Туристическая индустрия имеет уникальную структуру. Она характеризуется наличием целого ряда отдельных элементов, включающих различные отрасли обслуживания: небольшие рестораны, мотели и отели, дома отдыха, прачечные, магазины, торгующие изделиями местных ремесленников и предметами искусства и т. п. Инвестиции правительства в инфраструктуру, а иногда и в дорогую материально-техническую базу туризма стимулируют инвестирование многочисленных организаций малого бизнеса. Исходные инвестиции в туризм привлекают еще большие инвестиции в будущем во вспомогательные и поддерживающие отрасли хозяйства. Сюда входят крупные инвестиции в основные отели, рестораны, торговые центры, порты, аэропорты и т. д. Совершенствованная благодаря туризму инфраструктура региона используется также и местными жителями.

#### **Список использованной литературы**

1. **Литовченко, А. Ю.** Влияние процессов глобализации и международной интеграции на развитие сферы туристических услуг в Республики Беларусь : дис. ... канд. экон. наук / А. Ю. Литовченко. – Минск, 2008. – 198 с.
2. **Лойко, О. Т.** Туризм и гостиничное хозяйство : учеб. пособие / О. Т. Лойко. – Минск : Изд-во ТПУ, 2015. – 152 с.
3. **Маринин, М. М.** Туристские формальности и безопасность в туризме / М. М. Маринин. – М. : Финансы и статистика, 2014. – 174 с.
4. **Фролова, Е. В.** Направления и механизмы развития туристической привлекательности территории / Е. В. Фролова, Е. Е. Кабанова // Актуал. проблеми економіки. – 2015. – Т. 167, № 5. – С. 297–305.