

СТРАТЕГІЇ УТРИМАННЯ МОЛОДИХ ПРОФЕСІОНАЛІВ У СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ

При аналізі стратегій утримання персоналу у сфері туризму та гостинності, перш за все потрібно враховувати вік працівників. Так, міленіали (люди, які народилися, за різними класифікаціями, приблизно з початку 1980-х до середини 1990-х років) докорінно змінили робочі місця, оскільки їхнє бачення і очікування того, що передбачає кар'єра кардинально змінилися порівняно зі старшими поколіннями. Пошук роботи, яка має сенс, пошук можливостей для балансу між роботою та особистим життям, відсутність страху регулярно змінювати компанії - це лише деякі з ключових характеристик покоління, яке незабаром стане рушійною силою на ринку праці.

Науковці висловлюють припущення, що організації часто віддають пріоритет найму нових працівників замість розвитку та утримання наявних талантів [1-4]. Такий підхід не враховує значущість утримання працівників для довготривалого успіху організації, особливо у сфері туризму та гостинності, де існує ціла низка професійних навичок, набуття яких є довготривалим процесом чи вродженим талантом (як то, вміння вислухати клієнта, емпатія та терпіння, «soft skills»: гнучкість, творче мислення, високі етичні та професійні стандарти). Утримання працівників визначається як «процес, за якого співробітники заохочуються залишатися в організації протягом максимально можливого терміну або до завершення певного проекту» [3], і це стало однією з ключових тем у галузі управління людськими ресурсами. Працівники, які вважаються основним активом організації, відіграють важливу роль у забезпеченні її успішності, що підкреслює необхідність розробки ефективних стратегій утримання.

Сучасні дослідження вказують на необхідність адаптації організацій до нових умов ринку праці, зокрема, до зростаючих очікувань співробітників. Успішне впровадження стратегій утримання дозволяє мінімізувати непотрібну плинність кадрів та підвищити загальну продуктивність. Це підтверджується висновками про те, що заміна працівника є економічно затратною, і краще зосередитися на утриманні наявного персоналу [4].

Звіт Gallup [5] вказує, що 51% працівників у світі планують змінити місце роботи, що свідчить про високу плинність кадрів в цілому. Попри те, що така статистика може здаватися тривожною, плинність кадрів не завжди є негативним явищем, оскільки дозволяє оновлювати організацію шляхом залучення нових талантів. Таким чином, головна мета стратегій утримання полягає не лише в утриманні працівників у компанії, а й у створенні робочого середовища, яке мотивує співробітників залишатися, сприяючи їхньому професійному та особистісному зростанню.

Серед основних причини, через які молоді люди звільняються з роботи були визначені наступні:

1. Відсутність можливості професійного зростання та розвитку.
2. Відсутність балансу між роботою та особистим життям.
3. Відсутність поваги.
4. Відсутність адекватної компенсації [5].

Як бачимо, матеріальна винагорода як найважливіший мотиватор збереження працівником робочого місця відійшла на четверте місце, хоча оплата праці чи привабливий пакет винагород залишається серед головних факторів утримання працівників.

Виходячи з причин звільнення з роботи, представлених вище, до головних стратегій утримання молодих професіоналів у сфері туризму та гостинності віднесемо наступні:

- з метою підвищення можливостей професійного зростання та розвитку організації мають інвестувати в розвиток працівників, надаючи програми навчання, можливості для наставництва або програми відшкодування витрат на навчання, демонструючи тим самим свою прихильність до підтримки зростання та кар'єрного просування працівників; важливим є сприяння створенню позитивного робочого середовища, заохочування командної роботи, можливості ділитися досвідом і кращими практиками;

- з метою підвищення балансу між роботою та особистим життям організації мають запропонувати гнучкий графік роботи або стислий робочий тиждень, що дозволить працівникам отримувати більше автономії та контролю над своїм робочим часом. На певних посадах у сфері туризму та гостинності організації можуть надати працівникам можливість працювати віддалено, за умови забезпечення співробітників необхідним технологічним обладнанням та доступом до інформаційних систем, що значно зменшить витрати коштів та час на дорогу.

Важливою стратегією є створення чітких меж між роботою та особистим життям, щоб забезпечити ефективне відновлення працівників. Впровадження індивідуальних оздоровчих програм, пропагування здорового способу життя є одними з пріоритетних напрямів для міленіалів і це також сприятиме їх задоволенню від роботи і як наслідок довшому утриманні на посаді;

- з метою стимулювання відчуття поваги та залученості до робочих процесів організаціям рекомендується впроваджувати регулярні інструменти зворотного зв'язку, такі як опитування, скриньки для пропозицій або індивідуальні зустрічі для збору відгуків працівників про різні аспекти їхньої роботи та робоче середовище, демонструючи готовність прислухатися до точки зору працівників. Науковці [2; 3] наполягають на відкритій та інклюзивній комунікації, коли менеджери, формальні чи неформальні лідери прозоро розвивають культуру компанії, проводять регулярні зустрічі, діляться важливими новинами у сфері туристичного бізнесу та гостинності, обговорюють проблеми та заохочують відкриту комунікацію на всіх рівнях організації. Крім цього, мають впроваджуватися програми визнання і винагороди досягнень працівників, як великих, так і малих, підкреслюючи відчуття вдячності та цінності внеску працівників, святкуючи успіхи та конструктивне вирішення конфліктів, що також сприятиме підвищенню морального духу працівників та відчуттю залучення до успіхів організації.

Отже, утримання персоналу у сфері туризму та гостинності є важливим елементом загальної стратегії управління людськими ресурсами, який визначає довготривалий успіх організацій. Зокрема, міленіали, що поступово домінують на ринку праці, мають інші пріоритети порівняно зі старшими поколіннями, і це слід враховувати при розробці стратегій утримання. Організації, що орієнтовані на розвиток своїх працівників, створення сприятливого робочого середовища та забезпечення балансу між роботою і особистим життям, будуть більш успішними у мінімізації плинності кадрів. Важливими також є визнання внеску працівників та забезпечення поваги до їхніх потреб і побажань. Ефективні стратегії утримання сприяють не тільки зменшенню витрат на заміну персоналу, але й підвищенню загальної продуктивності та розвитку організацій.

Література:

1. Ebbbers, S. (2023). Focusing on the high cost of employee turnover. Randstad. URL: <https://www.randstad.com/workforce-insights/talent-management/focusing-high-cost-employee-turnover/>
2. Shaw C. A (2024). Different Mindset for a Different Culture: Sustaining the Next-Generation Workforce. *Nursing Administration Quarterly* 48(2):p 107-115, April/June 2024. DOI: 10.1097/NAQ.0000000000000638
3. Coetzee, M., Potgieter, I. L., & Ferreira, N. (Eds.). (2018). *Psychology of retention: Theory, research, and practice*. Springer

4. Ferdiana, S., Khan, Z., & Ray, S. (2023). Investigating the Impact of Career Development, Organizational Commitment, and Organizational Support on Employee Retention. *Journal of Management Studies and Development*, 2(02), 117-128. URL: <https://doi.org/10.56741/jmsd.v2i02.108>

5. Gallup (2024). State of the Global Workplace 2024 Key Insights. URL: <https://www.gallup.com/workplace/349484/state-of-the-global-workplace.aspx>

БАКАЛ О.В., студент ОС «Магістр»
спеціальності 242 «Туризм і рекреація»,
Уманського національного університету садівництва

ВИННИЙ ТУРИЗМ ЯК ОБ'ЄКТ НАУКОВОГО ПІЗНАННЯ

На початку XXI століття туристичний бізнес, завдяки якому щороку через міжнародні кордони переміщується понад 1,1 мільярда людей та понад 5 мільярдів подорожує в межах власної країни, виступає важливим фактором економічного зростання, підвищення конкурентоспроможності регіонів, створення нових робочих місць, забезпечення доходів та інвестицій у формування інфраструктури, збереження і популяризації природної та культурної спадщини.

Багатогранність природи туризму проявляється у великій парадигмі цього поняття, оскільки туризм - це:

- особлива форма діяльності людей, що мандрують і відвідують місця поза звичним місцем перебування терміном не більше 1 року;
- галузь світової і національної економіки, яка займається обслуговуванням осіб, що тимчасово перебувають поза межами постійного місця проживання;
- форма виховання та розвитку особистості;
- популярна форма відпочинку, дозвілля, пізнання рідного краю;
- діяльність суб'єктів господарювання з виробництва і реалізації туристичних послуг і товарів;
- сегмент ринку, на якому взаємодіють підприємства традиційних галузей з пропозицією комплексного турпродукту [1].

На конференції ВТО в Ліссабоні за результатами дослідження «Tourism 2020 Vision» проголошено п'ять перспективних туристичних напрямків XXI століття. Фахівці вважають, що найбільш популярними до 2030 року будуть:

- круїзи - подорожі на морських або річкових судах з відвідуванням туристичних центрів;
- екологічний туризм, головною метою якого є збереження навколишнього середовища та мінімізація впливу людини на природу, також у багатьох країнах світу все більш популярним стає сільський зелений туризм;
- пригодницький туризм, який орієнтований на екстремальні розваги та відвідування малодоступних або незвичайних місць на землі;
- подієвий туризм, який пов'язаний з участю у фестивалях, святах, виставках, конференціях, шоу, арт-заходах тощо;
- тематичний туризм, який передбачає підвищену зацікавленість до конкретного явища, у тому числі винний туризм, який зумовлений інтересом до історії, технології та культури споживання вина.

Для повноцінного осмислення проблематики винного туризму в контексті загального соціально-економічного розвитку окремих країн і регіонів, з'ясування специфіки ринку винно-коньячної продукції, вивчення історико-культурного потенціалу виноробства та культури споживання вина мною було опрацьовано дослідження з історії, технології та економіки виноробства.

Винний туризм є важливим елементом двох галузей - виноградарсько-виноробної та туристичної. Для туристичної індустрії вино є суттєвим фактором привабливості туру,