

УДК 339.92

Фроленко Р.В.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ТУРИСТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ЯК ЗАСІБ ЗМІЦНЕННЯ ЇЇ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ І СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНИЙ ЧИННИК УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ

Frolenko R.V.

THE INTERNAL TOURISM ORGANIZATION CULTURE AS A MEANS OF STRENGTHENING ITS HUMAN CAPACITY AND SOCIO-CULTURAL FACTOR OF TOURISM AND RECREATION REGIONAL DEVELOPMENT MANAGEMENT

У сучасній літературі організаційна культура розглядається як одна з підсистем, що виконує функції адаптації організації до навколишнього середовища. Разом із тим, як зазначають прихильники структурно-функціонального підходу, організаційна культура – це не звичайна підсистема: вона відіграє цементуючу роль для всіх інших підсистем організації. Також вона є складною системою припущень, які прийняті й поділяються членами організації, і орієнтирів, що обумовлюють поведінку й дії працівників.

Г.Хастом та О.Єськовим організаційна культура розглядається як могутній і потужний інструмент управління персоналом. Вона забезпечує довготривалий успіх організації на ринку товарів і послуг. Її розвиток сприяє гуманізації усіх сфер діяльності, формуванню високої національної ідеї [1].

Вона виражається в символічних засобах духовного й матеріального оточення людей, що працюють у даній організації [2].

На сьогоднішній день організаційна культура відіграє все більшу роль в управлінні організацією. Вона є фактором її конкурентоспроможності, успіху, запорукою ефективності діяльності, а іноді і основою виживання. Корпоративна культура відрізняється ще й тим, що їй притаманні швидкі зміни (вона може змінитися протягом року, іноді – протягом одного-двох місяців). Все це призводить до того, що формування організаційної культури має чітко виражену орієнтацію на майбутнє. Адже у наш час, коли туристичні організації вимушені виживати в умовах нестабільного економічного та політичного становища, їх успіх тримається на відповідальності та цілеспрямованості працівників, які досить часто вимушені працювати в умовах невизначеності та нестабільності. В таких випадках організаційна культура стає основою для колективізму та командного духу, що дозволяє співробітникам проявляти ініціативу та творчість.

Причинами, які зумовлюють потребу розвитку організаційної культури в туристичних організаціях, є:

- невдоволення персоналу роботою через недосконалість мотиваційного механізму та невизначеність мотиваційних пріоритетів (мотивація є сукупністю чинників, які зумовлюють поведінку людей в туристичній організації);

- відсутність гармонійного поєднання стимулюючих та мотивуючих заходів. Це означає, що в організації не буде зроблено помилки переважання тільки стимулюючих заходів (адже це призводить до того, що не задовольняються потреби працівника у самовираженні тощо) або ж тільки мотивуючих (оскільки в цьому випадку плінність кадрів може підвищуватися через неконкурентоспроможну заробітну плату);

- стратегічна неналаштованість працівників, що призводить до зниження

продуктивності їх праці;

- труднощі у стратегічному управлінні персоналом туристичної організації;
- потреба миттєвого реагування на зміни у процесі надання туристичних послуг;
- постійне оновлення інформаційної бази та пошук туристичною організацією нових перспективних партнерів та клієнтів.

Свідченням домінування в організації певного типу організаційної культури є використання її керівництвом певних методів управління персоналом. Так, часткове збереження у роботі керівництва туристичних організацій методу покарання і заохочення для досягнення бажаних результатів у роботі персоналу ускладнює вирішення завдання формування у керівництва демократичних підходів до керування персоналом із використанням сучасних методів мотивації.

Щодо формування у керівництва туристичних організацій демократичних підходів до керування персоналом із використанням сучасних методів мотивації, зазначимо, що хоча сьогодні метод покарання і заохочення частково трансформований в систему адміністративних і економічних санкцій і стимулів (її використання обумовлене регламентованими процедурами, повторюваними операціями, складністю для працівника поміняти місце роботи та ін.), збільшення змістовної частини роботи туристичних організацій вимагає в сучасних умовах об'єктивізації мотивації працівників як основи формування ефективної організаційної культури. У процесі об'єктивізації мотивації працівників туристичних організацій повинні поєднуватися інформаційний, соціальний, емоційний аспекти.

Організаційна культура є потужним стратегічним інструментом, що дозволяє орієнтувати туристичні організації і їх працівників на виконання загальних цілей, мобілізувати ініціативу працівників, полегшувати спілкування в колективі.

Врахування у практичній роботі туристичних організацій взаємозв'язку між корпоративною культурою та конкурентоспроможністю дозволять в подальшому ефективніше будувати систему управління цими організаціями, опираючись на організаційну культуру, цінності, правила і норми поведінки, а також зважаючи на зростання значення соціально-культурного чинника для суспільства здійснювати ефективне управління регіональним розвитком туризму та рекреації.

Перелік посилань

1. Хаєт Г.Л. Корпоративна культура: Навч. Посібник / О.Л. Єськов, Л.Г. Хаєт, С.В. Ковалевський, О.А. Медведєва, В.І. Кулійчук, Е.В. Яшина. Київ: Центр навчальної літератури, 2003. — 403 с.

2. Задихайло Д.В. Корпоративне управління: Навч. Посібник / Кібенко О.Р., Назарова Г.В. – Харків: ЕСПАДА, 2003. – 688 с.