

Izziv upravljanja človeških virov v dejavnosti z ostrimi delovnimi zahtevami in nižjimi plačili

Ljubljana, 15.4.2010



Vsebina predstavitve

- Turizem
- Turizem in storitve
- Turizem, storitve in kakovost
- Turizem, storitve, kakovost in kadri
- Razvoj kadrov

Turizem

- Ena izmed najhitreje rastočih svetovnih panog v zadnjih dveh desetletjih in velike ambicije za v bodoče.
 - V strategiji trženja slovenskega turizma 2007 – 2011 je definirana šest odstotna letna rast turistov.
 - V letu 2008 so prilivi iz naslova turizma znašali 2,04 milijarde eur.
 - 8.000 podjetij.
 - 7% rast zaposlovanja v turizmu.
 - Dodana vrednost na zaposlenega v letu 2008
 - v gospodarstvu: 35.672 eur
 - kaj pa v turizmu?
- Pogoji poslovanja so vse ostrejši ...zasičenost trgov, cenovna konkurenčnost, vse bolj zahteven gost,...pa tudi finančna kriza.

Turizem in storitve

- **Storitve v turizmu so**
 - neotipljive
 - izvajanje in poraba sta istočasna
 - spremenljive
 - minljive
- Zaposleni, s katerimi imajo porabniki turističnih storitev neposreden stik, lahko bistveno vplivajo na izvedbo storitev in s tem na porabnikovo izkušnjo storitve.
- Pri tem je ključno njihovo strokovno znanje in vedenje v procesu izvajanja turistične storitev.

Turizem, storitve in kakovost

- Kakovost je ena pomembnejših lastnosti turističnega proizvoda, ki govori o doseganju in preseganju zahtev, potreb in pričakovanj gostov in je kot taka povezana z izkušnjo gosta.

Kakovost \neq zadovoljstvu

- Zaznavne sodbe kakovosti se oblikujejo na kognitivni ravni.
 - Sodbe o zadovoljstvu pa na emotivni ravni.

Vendar raziskave potrjujejo, da visoka raven kakovosti pomeni večje zadovoljstvo gostov.

Turizem, storitve, kakovost in kadri

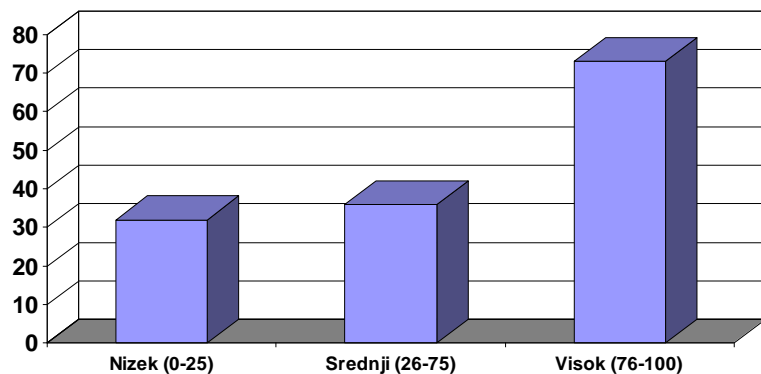
- Izvajanje turističnih storitev vključuje visoko stopnjo prepletenosti odnosa med gostom, osebjem in infrastrukturnimi zmogljivostmi.
- Izstopa povezava med dojetanjem kakovosti in izvajalcem storitve.
- Torej ključni dejavniki uspeha v naši dejavnosti so znanje, motivacija in vedenje naših zaposlenih.
- Povezava med kakovostjo storitev in dobičkonosnostjo (PIMS študije).

Storitvena veriga dobička



Kadri in dobiček

Porast vrednosti za delničarje v petih letih raziskovanja (v %)



Human Capital Index

- Raziskava svetovalnega podjetja Watson Wyatt Worldwide na področju človeškega kapitala je potrdila povezavo med dejavnikoma.
- V podjetjih z boljšimi praksami ravnanja z zaposlenimi je vrednost za delničarje večja.

Razvoj kadrov je zaostal za investicijami v zidove

- V Sloveniji projektom kvantitativne rasti turizma (infrastrukturni projekti) niso sledili projekti razvoja kakovosti.
- Za področje kadrov bi jih potrebovali
 - na državni ravni
 - na ravni podjetij

- Raziskovalni projekt MG 2009: “Sodoben model upravljanja s človeškimi viri za področje turizma”
 - Paradoks dejavnosti.
 - V turizmu temelji razlikovalnost in unikatnost (osnova konkurenčne prednosti) na zaposlenih, ta pa je osnovana na ključnih kompetencah zaposlenih.
 - Šolski sistem in potrebe turističnih podjetij.

- Raziskava v hrvaških hotelih
 - Usposabljanja v turistično/hotelski panogi je manj kot v povprečju vseh hrvaških podjetij.

Problematika kadrov na področju turizma

- povpraševanje po kadrih presega ponudbo
- nizek ugled nekaterih poklicev
- slabo plačilo
- pogosto nekorektno vedenje delodajalcev
- visoka stopnja stresa pri kontaktnih poklicih
 - visoka fluktuacija
 - visok absentizem

Problematika kadrov na področju turizma

- zaradi izmenskega dela je težko jasno razmejiti delo in nedelo
- delovne razmere so pogosto zahtevne
- ni pravilnega razumevanja vloge in pomena zaposlenih za doseganje uspešnosti (zaposleni pojmovani kot strošek in ne kot vir prihodkov)
- karierni razvoj sodelavcev v organizacijah je razvit le izjemoma
- ni sistema zadržanja kadrov v deficitarnih poklicih
- Slovenija nima izdelanega sistema rekrutiranja zadostnega števila mladih za deficitarne poklice v turizmu in gostinstvu itd.

Prednosti poklicev v gostinstvu in turizmu

- možnost takojšnje zaposlitve je izredno visoka
- pestra paleta zaposlitvenih možnosti (restavracije, hoteli, protokolarni objekti, turistične agencije, idr.)
- delo se izvaja v lepo urejenem, gostoljubnem, sodobno opremljenem, zanimivem in čistem okolju
- delo je zelo dinamično, kreativno, inovativno
- veliko je možnosti za samostojno kariero, podjetništvo
- veliko je komuniciranja z različnimi javnostmi
- fleksibilen delovni čas
- pri delu srečujejo znane in pomembne osebnosti

Kako naprej?

- Turizem je vaje kriz.
- Turizem se hitreje prilagaja spremembam od ostalega gospodarstva.
- Turizem ni vezan niti na večinskega kupca niti na en trg.
- Minimalna plača in malo delo.

Kje so rezerve?

- organizacija dela
- polivalentnost kadra
- standardizacija storitev
- tuje naložbe na področju turizma
- selekcija in usposabljanje kadra in druge dobre prakse

Bitka za talente

**Blagovna znamka delodajalca ali
HCRM – Human Capital Relationship Management**

CRM

- Predvidi in upravljaj vedenje potrošnika.
- Učinkovita poraba marketinških sredstev.
- Stopnjud zadovoljstvo potrošnika.
- Ponudba, ki jo konkurenca težko posnema.
- Obdrži ključne kupce.
- Povečaj prodajo.

HCRM

- Predvidi in upravljaj vedenje zaposlenih.
- Učinkovita poraba HR sredstev.
- Stopnjud zadovoljstvo zaposlenih.
- Ponudba, ki jo konkurenca težko posnema.
- Obdrži ključne zaposlene.
- Povečaj produktivnost in kakovost.

Najboljši angleški izvozni artikel



**Problemi turizma so znani,
pomen turizma je znan,
tudi smernice za turistično politiko so oblikovane,
torej je čas za akcijo.**

