

МЕНАЏМЕНТ ЉУДСКИХ РЕСУРСА КАО КРИТИЧНИ ФАКТОР РАЗВОЈА ТУРИСТИЧКЕ ПРИВРЕДЕ

ЂОРЂЕ М. СТОЈАНОВИЋ докторанд

Апстракт: У одвијању процеса рада и пословања савремене туристичке привреде људски ресурси, односно менаџмент људских ресурса, добијају све садржајнија тумачења експерата и научника у домену туризма. Наведена снага ресурса је платформа креирања основне компетентности туристичке привреде. Оне је чине способном да твори такве конфигурације пословних активности које се позиционирају у свести националних туристичких потрошача, али и вредности које су, у развојној – интернационалној – перспективи, окренуте елиминацији националних сличности и разлика.

Оно што људске ресурсе, односно менаџмент људских ресурса, чини критичним фактором пословног успеха савремене туристичке привреде, јесте пословно окружење које се данас рапидно мења. Конкуренција постаје све већа како све више компанија из сектора туризма улази на тржиште. Менаџмент људских ресурса ствара разлику од конкуренције: издваја циљно пословно опредељење туристичке привреде сваког региона по специфичним групама циљева, али и индивидуалним приступима у њиховом постизању; дизајнира могућност стварања сопственог концепта који претпоставља остварење предности у пословању, односно позиционiranости на националном, али и на интернационалном тржишту туристичких производа.

Значај менаџмента људских ресурса је евидентан управо из разлога што целокупан туристички сектор данас константно емотује све сложеније промене везане за технологију, финансије, маркетинг, производњу, штедљивост ресурсних потенцијала, итд. Наведени сет промена представља за менаџмент људских ресурса туристичких организација оправдани разлог за формирање новог приступа избору, развоју и задржавању људских ресурса који ће, са високим перформансама, понудити адекватне одговоре постојећим, али и надолazeћим променама везаним за пословни амбијент.

Кључне речи: Менаџмент људских ресурса; туристичка привреда; циљеви, принципи, стратегија, конкурентска улога...

HUMAN RESOURCE MANAGEMENT AS A CRITICAL FACTOR DEVELOPMENT OF THE TOURISM

Abstract: *In the process of work and operations of the modern tourism economy, human resources, that is, human resources management, are gaining more and more weighty interpretations of experts and scientists in the field of tourism. The stated resource strength is the platform for creating the basic competence of the tourism industry. They are capable of forming such configurations of business activities that are positioned in the minds of national tourism consumers, but also values that, in a developmental - international - perspective, are focused on the elimination of national similarities and differences.*

What makes human resources, that is, human resources management, a critical factor in the business success of a modern tourism economy, is the business environment that is rapidly changing today. Competition is getting bigger as more companies from the tourism sector enter the market. Human Resources Management creates a distinction from competition: it sets out the targeted business determination of the tourism industry of each region by specific target groups, as well as individual approaches in their achievement; it designs the possibility of creating its own concept which presupposes the achievement of advantages in business, ie positioning on the national as well as on the international market of tourism products.

The importance of human resources management is evident precisely because the entire tourism sector is constantly experiencing ever more complex changes related to technology, finance, marketing, production, resilience of resource potentials, etc. This set of changes represents for the management of human resources of tourist organizations a justified reason for forming a new approach to the selection, development and retention of human resources that will, with high performance, offer adequate answers to existing, but also upcoming changes related to the business environment.

Key words: *Management of human resources; tourist industry; goals, principles, strategy, competitive role ...*