

УДК 005.95/96:640.4(043.2)

А. Г. ЛИЗАНЕЦЬ
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та управління економічними процесами,
[Мукачівський державний університет](#),
м. Мукачєво

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ: ТЕНДЕНЦІЇ, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Необхідність постійного розвитку, підвищення конкурентоспроможності на вітчизняному ринку та визначення підприємства як можливого суб'єкта співпраці на світовому ринку спонукає суб'єктів господарювання готельно-ресторанного бізнесу до активних дій у сфері підвищення якості послуг. Нематеріальний характер послуг зумовлює значну залежність якості обслуговування від суб'єктивних факторів, тобто особистих якостей задіяних категорій персоналу: керівників, адміністраторів, працівників служб прийому і розміщення, служб харчування тощо. У зв'язку з цим актуальним завдання є постійне удосконалення процесів управління персоналом у цій сфері.

Готельно-ресторанний бізнес характеризується певними особливостями організації діяльності. Нерівномірність завантаження закладів в окремі періоди, сезонні коливання попиту на послуги, необхідність постійної економії поточних витрат справляють неоднозначний вплив на процеси залучення та використання персоналу. Зайнятість у цій сфері відрізняється рухливістю, сезонною нерівномірністю, широким застосуванням тимчасових працівників, порівняно високою плинністю кадрів.

Традиційні методи функціональної та чисельної адаптації персоналу не завжди виправдовують себе як з економічної, так і з соціальної точки зору. Часте застосування нестандартних режимів робочого часу (неповного робочого дня та тижня, понаднормових годин) або постійне вивільнення та залучення працівників відповідно до попиту на послуги має своїм наслідком значне недовикористання потенційних можливостей і зниження якості праці персоналу, підвищує його незадоволення мотивацією та організацією роботи. Такі тенденції сприяють активізації процесів добровільного вивільнення робочої сили, нарощуванню надлишкового обороту персоналу, що викликає перманенту потребу у закладах індустрії гостинності, адаптації та навчання нових працівників. Виходячи з цього, особливо актуальним вважається пошук і реалізація нових нетрадиційних, але ефективних технологій у роботі з персоналом.

Однією з критичних компетенцій кадрових служб підприємств індустрії гостинності залишається пошук персоналу. До перспективних сучасних методів здійснення даної функції належить event-рекрутинг. Це комплекс заходів, орієнтований на створення умов для заповнення вакансій в організації, який застосовується для залучення молодих спеціалістів без досвіду роботи. До основних PR-методів залучення персоналу в рамках event-рекрутингу належать дні відкритих дверей, ярмарки вакансій, дні кар'єри, презентації у навчальних закладах, за допомогою яких можна зацікавити потенційних шукачів роботи працювати саме в даній компанії.

Ефективним засобом пошуку перспективних працівників може виявитись також залучення до роботи за допомогою виробничої практики та стажувань молодих фахівців - *preliminating* (прелімінаринг). При його застосуванні підприємство отримує не готового спеціаліста із сформованим досвідом і навиками, а новачка, якого необхідно навчати і контролювати, що є трудомістким процесом. Натомість вміла його організація забезпечить підприємству працівника більш сприйнятливою до нових методів роботи, освоєння інноваційних технологій, раціоналізаторства. Молоді фахівці мають унікальні властивості, які відрізняють їх від досвідчених фахівців, а саме: вміння вчитися, працювати з інформацією, аналізувати інформацію, гнучкість мислення, креативність,

готовність віддавати свій потенціал компанії навіть за порівняно невелику оплату праці тощо.

Поряд з традиційними методами залучення кадрів (оголошення в засобах масової інформації, зустрічі з випускниками навчальних закладів, звернення до служб зайнятості, пошук через кадрові агентства та мережу Інтернет) підприємства індустрії гостинності все частіше застосовують соціальні мережі для здійснення даної функції. При цьому соціальні мережі можуть бути корисні як для формування зв'язків з потенційними кандидатами на посаду, так і для перевірки інформації про вже наявних кандидатів.

З метою формування належного кадрового бренду заклади індустрії гостинності можуть формувати інтегровані кар'єрні сайти, які дають можливість кандидатам відчувати дружнє відношення до них роботодавця, за допомогою блогів з співробітниками та відео-презентацій отримати повнішу інформацію про підприємство, його амбітні плани, кадрову політику і перспективи кар'єрного зростання. Найбільш популярними в Україні на сьогодні є такі соціальні мережі, як: LinkedIn, Facebook.com. Поступово набувають розвитку і національні мережі: <http://druzi.org.ua>, <http://ukrface.com.ua>, <http://vsitut.com/>, <http://www.uamodna.com/> [1].

Крім соціальних мереж в якості інструменту стратегічного рекрутингу організації індустрії гостинності все частіше використовують блоги. Блог є відмінним способом публікації інформації, яка актуальна і цікава для пасивних кандидатів. Вони можуть бути також використані для ведення діалогу з кандидатами. Найбільшою популярністю серед користувачів користуються, зокрема, блоги: livejournal.com, blogspot.com, blog.ru, liveinternet.ru та мікроблоги Twitter, [chikchirik](http://chikchirik.com) [1].

У пікові періоди (свята, вихідні тощо) потреба у окремих категоріях персоналу у закладах індустрії гостинності може зростати у рази. Тоді організації стикаються із ситуацією, коли приймати в штат нового працівника не рентабельно, а робота повинна бути виконана професійно та вчасно. Покриття тимчасової потреби в кадрах на підприємствах індустрії гостинності може бути здійснене засобами лізингу. Актуальними у цьому плані є його наступні різновиди:

- підбір тимчасового персоналу (temporary staffing) – надання лізинговими компаніями тимчасового та сезонного персоналу на короткий термін (на певний проект чи сезонну працю);

- лізинг працівників (staff leasing) – надання компанії-клієнту на відносно тривалий термін (від трьох місяців до кількох років) працівників, які знаходяться в штаті агенції;

- аутсорсинг (outsourcing) - організація віддає частину своїх функцій, які не є профільними, зовнішньому провайдеру (інтернет-обслуговування, виконання бухгалтерських функцій тощо). В такому разі організація-користувач купує послугу, а не працю конкретних працівників. Але послуга купується регулярно і працівники провайдера працюють на території організації-замовника, використовуючи його виробничі фонди та в його інтересах [2].

Таким чином, динамізм внутрішнього та зовнішнього середовища вимагає використання інноваційних підходів до управління персоналом, базуючись на реальних потребах і можливостях сучасних підприємств індустрії гостинності. Їх вмілий підбір та поєднання може забезпечити підприємству суттєву конкурентну перевагу на обслуговуваному сегменті ринку.

1. Лизанець А.Г. Інноваційні підходи до здійснення функцій управління персоналом підприємства / А.Г.Лизанець, Пугачевська К.Й. // Інфраструктура ринку. Електронний фаховий науково-практ. журнал з екон. наук, заснований Причорноморським НДІ економіки та інновацій. – № 7, 2017 – с. 143-149. 2. Комарова В. Сучасні тенденції впровадження лізингу персоналу в менеджменті готельно-туристичної індустрії / В. Комарова // Ефективність державного управління : зб. наук. праць. – 2011. – Вип. 26. – С. 346-352.



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>