

В.А. Віннікова, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ HR-МЕНЕДЖМЕНТУ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

Фахівці в галузі психології сфери гостинності, а також багато авторів з управління, що займаються питаннями роботи з персоналом, добре знають, що існує цілий ряд термінів, які кожен з дослідників трактує по-своєму. Серед них такі поширені поняття, як кадрове управління, кадрова адміністрація, кадрові і виробничі відносини. І ці всі проблеми об'єднують поняття поведінка персоналу при виконанні професійних обов'язків.

У HR-практиці існують два основні підходи до вирішення проблем поведінки персоналу. Перший акцентує увагу на тому, що управління людськими ресурсами включає стратегічні аспекти вирішення проблеми, у тому числі і питання соціального розвитку. Управління персоналом же більшою мірою відноситься до оперативної роботи з кадрами. Другий підхід виходить з того, що управління людськими ресурсами займається регулюванням питань державної регламентації відносин в області праці і зайнятості, а управління персоналом орієнтоване на трудові відносини на рівні підприємства. У сучасному світі спостерігається тенденція до зближення та інтеграції двох понять: робота з персоналом і керівництво персоналом організацій. Проте ці дві найважливіші сфери мають і свою специфіку. Вони розрізняються не тільки за суб'єктом, але і за своїми функціями.

Так, головна функція роботи з персоналом, або роботи з кадрами, як часто називають цей вид діяльності, забезпечення організації оптимальною кількістю працівників необхідної кваліфікації. Серед особливостей цієї функції виділяються такі:

- непостійність роботи з кожним окремим співробітником. Як правило, служби персоналу займаються ним не щоденно, а в міру необхідності;

- допоміжний характер діяльності. Робота з персоналом не несе в собі постійного і безпосереднього керівництва співробітниками підприємства;

- з цього витікає обмеженість владних повноважень. Менеджери по роботі з персоналом не мають таких повноважень, як лінійні, безпосередні керівники, а тому менеджер по персоналу не може безпосередньо впливати на виробничий процес, такий вплив відбувається опосередковано, через інші механізми.

Розуміння відмінностей в системі роботи з персоналом і управління ним – важлива ланка у формуванні грамотної політики менеджменту людських ресурсів на підприємстві. Практична діяльність роботи з персоналом підприємства завжди різноманітна. При цьому підприємство, основною діяльністю якого є надання послуг гостинності, володіє своїми специфічними векторами додатку.

Звичайно, для маленького підприємства сфери гостинності, чисельність співробітників якого мінімальна, існування відділу по персоналу буде тільки в тягар. Такому підприємству достатньо одного менеджера по кадрах, який зможе сумістити всі необхідні для роботи функції.

Проте якщо сфера гостинності володіє великими об'ємами людських ресурсів, робота з персоналом повинна бути грамотно побудована і чітко структурована. Для цього необхідний відділ по роботі з персоналом. Його діяльність, разом з іншими підрозділами, матиме першорядне значення в роботі цього підприємства, оскільки саме від помилок при роботі з персоналом багато в чому залежить доля самого підприємства.

В умовах гострої конкуренції, коли будуються нові готелі, збільшується об'єм пропозицій на ринку готельних послуг, все більшого значення набуває якість обслуговування. Саме воно виходить на перший план, залишаючи позаду матеріальні компоненти цього бізнесу.

Для більш грамотної роботи з обслуговуючим персоналом готелів недостатньо мати тільки посадові інструкції. Необхідно виділити показники якісного сервісного обслуговування – своєрідний еталон діяльності співробітників ключових служб, що працюють з гостями.

Так, наприклад, слід пам'ятати, що якщо готель розрахований здебільшого на сімейний відпочинок і основну частку гостей, що проживають в ньому, складають подружні пари з дітьми, то обслуговування в цілому і персонал зокрема повинні бути направлені на задоволення потреб, що виникають у цієї категорії клієнтів. При цьому персонал також повинен володіти особливими соціально-психологічними якостями і навиками роботи, тобто на перший план виходять навик спілкування з дітьми, початкові знання вікової психології і так далі. На деяких підприємствах готельної індустрії відділ маркетингу, що займається дослідженням сегментів ринку сфери гостинності, а також вивченням контингенту гостей, що користуються послугами готелю, входить до складу відділу по персоналу.