

Під управлінням персоналом розуміється система взаємозалежних організаційно-економічних та соціальних заходів для створення умов щодо нормального функціонування, розвитку й ефективного використання потенціалу робочої сили на рівні організації. Обов'язковою умовою при цьому повинне бути органічне поєднання управління персоналом з концепцією розвитку організації.

Для кожної галузі господарства існує свій ринок робочої сили. Для готельно-ресторанної справи це особливо вірно, адже вона має свої унікальні характеристики: ненормований робочий час, високий рівень підприємництва та мобільності робочої сили. Менеджерам, крім розуміння проблем бізнесу та критичного аналізу даних, необхідно розумітися на тій сфері, в якій здійснюється управління.

Управління персоналом в готельно-ресторанній сфері пов'язане з такими особливостями:

1. Постійна зміна короткострокового попиту споживачів. Для працівника це означає нестабільність трудового процесу, для бізнесу – необхідність регулювання чисельності персоналу з врахуванням коливань попиту, неповної зайнятості, використання працівників на разових роботах, та застосування системи оплати, що враховує коливання попиту споживачів.

2. Цілеспрямований погляд на робочу силу. Продуктивність на підприємствах готельно-ресторанної сфери залежить від особистих здібностей та зусиль працівників. Існують значні індивідуальні відмінності в результатах праці різних робітників, а, отже, концепції продуктивності безпосередньо пов'язані з можливостями людини.

3. Суб'єктивний характер стандартів. Такі поняття, як «гостинність», «обслуговування», «чистота» – предмет суб'єктивного судження. Це означає, що результати праці кожного працівника оцінюються суб'єктивно. Тому складні відносини менеджерів з працівниками можуть стати нормою.

4. Особливість кваліфікації. Ті види кваліфікації, якими володіють працівники готелів та підприємств ресторанного господарства, в основному потрібні саме в цій сфері. Це сприяє формуванню ефективного ринку робочої сили для різноманітних секторів промисловості і разом з відносно некваліфікованим характером деяких видів праці сприяє високій плинності робочої сили, часто дуже помітній в цій галузі.

Ці особливості створюють необхідність швидкого реагування в менеджменті даної галузі. Управління персоналом в готелях та підприємствах ресторанного господарства повинно забезпечити все те, що є характерним для даної сфери, а саме:

- набір навиків, специфічних для даної галузі;
- набір навиків, необхідних кожній посаді;
- суб'єктивно оцінені стандарти;
- нерівномірний темп роботи;
- сезонний характер зайнятості;
- відсутність бюрократії;
- складні системи оплати;
- нерозривний зв'язок швидкості виконання роботи з її якістю;
- ненормований робочий час;
- неповна чи епізодична зайнятість.

Фактор швидкого реагування, що характерний для менеджменту готельно-ресторанної справи, все ж не заперечує необхідності використання дієвих адміністративних та дослідницьких методів. Адже ефективність управління персоналом та найбільш повна реалізація поставлених цілей у великій мірі залежать саме від принципів та методів управління персоналом.

До найважливіших прямих засобів безпосереднього управління належать такі: делегування повноважень і завдань, тобто передавання співробітникам не тільки виконання чітко сформульованих завдань, а й певних компетенцій; критика та заохочення, тобто форми оцінювання людської праці; службовий нагляд і контроль за результатами праці, що мають співвідноситися з нормами та плановими завданнями і порівнюватися з фактичним станом справ; інформація та комунікація; директиви та вказівки.

Н.В. Полстяна, канд. техн. наук, доц. (ХДУХТ, Харків)

КОНСАЛТИНГ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

У сучасних умовах ресторанний бізнес стрімко й динамічно розвивається та спрямований на задоволення потреб споживачів в продукції та якісних сервісних послугах.

У зв'язку з цим актуальним є надання ресторанам професійних консультацій у сфері гостинності.

Важливою сферою діяльності суб'єктів підприємницького бізнесу є консалтинг, основною задачею якого є аналіз, обґрунтування перспектив розвитку та організаційно-економічним інновацій в ресторанному бізнесі.

Консалтингові фірми на професійному рівні надають різноманітні послуги клієнтам. Ці послуги класифікують на групу: адміністрування, фінансове управління, загальне управління, маркетинг, виробництво, інформаційні технології, спеціалізовані сфери діяльності, тощо.

У ресторанному бізнесі при наданні консалтингових послуг передбачається розробка концепції ресторану, фірмового стилю, дизайн-проектів, проведення маркетингових досліджень, підбір устаткування, меблів, кадрового потенціалу.

Розробка концепції ресторану включає розрахунок і реалізацію плану створення нового підприємства або реконструкцію діючого з метою підвищення його рентабельності.

При розробці концепції ресторану враховуються такі критерії: розміщення ресторану, цінова політика, тип реклами, види основних капіталовкладень, контингент споживачів, гастрономічна тема, форми обслуговування, ресторанний сервіс, перелік послуг.

Консалтингові послуги щодо оптимізації споживчих характеристик продукції пов'язані з їх тестуванням, дослідженням споживчих переваг. Важливим напрямом роботи є виявлення чинників, що впливають на попит.

Консалтинг щодо проведення маркетингових досліджень забезпечує систему менеджменту об'єктивною інформацією про процеси на ринку, відповідність асортименту послуг закладів ресторанного господарства потребам споживачів. Програма маркетингових досліджень передбачає експертизу ринкової ситуації, вивчення кон'юнктури ринку, попиту споживачів.

Консалтингові фірми надають консультації з проведення рекламних акцій, з метою збільшення обсягів реалізації продукції та послуг, з планування рекламного бюджету, аналізують результативність та ефективність проведених рекламних заходів.

Крім того консалтингові фірми добирають фахівців для закладів ресторанного господарства, організовують тренінги персоналу.

Консультації з питань реструктуризації підприємств передбачають оптимізацію системи управління підприємством, системи збуту, розроблення ефективної системи управління фінансами.

В умовах кризи при зниженні потоку клієнтів, зниженні прибутковості консалтингові компанії пропонують розробку програми виведення з кризи.

Консалтингові компанії активно функціонують в Києві, Харкові, Дніпропетровську тощо.

Асоціація «Гріс» (м. Київ) надає широкий вибір консультаційних послуг в індустрії розваг в ресторанному та готельному бізнесі. В ресторанному бізнесі спеціалізується на ресторанах VIP рівня, спортивних кафе, ресторанах «fast food».

В м. Харкові функціонують фірми Classik, «Project studio Ікра».

Фірма Classik надає замовнику інформацію про розвиток бізнесу в сфері індустрії харчування, впровадженню нових послуг. Крім того, надає консультаційні послуги з підбору постачальників сировини, обладнання для закладів ресторанного господарства, проведення кейтерінгових обслуговувань, складання меню згідно концепції підприємства.

Активно на ринку консалтингових послуг працює фірма «Project studio Ікра», яка надає консультації в розважальній, торговельній індустрії та в ресторанному бізнесі.

У випадку реорганізації діючого бізнесу пакет послуг передбачає: аналіз бізнесу, фінансове та податкове планування діяльності підприємства, перепідготовка персоналу. Крім того, надаються послуги в сфері створення бізнесу за кордоном.

Послуги підприємств індустрії гостинності в умовах ринкових відносин видозмінюються відповідно до потреб споживачів. Це передбачає впровадження в заклади ресторанного господарства передових технологій, нових форм обслуговування.

Тому використання ресторанного консалтингу є доцільним з метою оптимізації прибутковості та збутової діяльності в ресторанному бізнесі

Т.М. Приходько, викл. (ХТЕК КНТЕУ, Харків)

ЗАГАЛЬНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Комунікативна культура – це знання, вміння, навички у області організації взаємодії людей та особисті взаємовідносини у діловій сфері, яке дає можливість установлювати психологічний контакт з діловими партнерами, домагатися докладного сприйняття і розуміння у процесі спілкування, прогнозувати поведінку ділових партнерів, направляти їх поведінку до досягнення бажаних результатів.

Основою комунікативної культури підприємств готельно-ресторанного бізнесу є моральні загальноприйняті вимоги до спілкування, нерозривно зв'язані з визнанням неповторності, цінності кожної особистості: ввічливість, коректність, тактовність, скромність, точність, попереджувальність.

Високий рівень комунікативної культури визначається наявністю у суб'єкта спілкування наступних особистих якостей:

- емпатія – вміння бачити світ очима інших, розуміти його так як і вони;
- доброзичливість – повага, симпатія, вміння розуміти людей, готовність підтримати;
- аутентичність – здатність бути самим собою у контактах з іншими людьми;