

Лесникова Т.А

Научный руководитель: к.э.н., доцент Л.В. Майорова

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: tanylesnikova96@mail.ru*

Особенности системы управления персоналом в индустрии гостеприимства

Уровень обслуживания на предприятиях гостиничной индустрии напрямую зависит от уровня подготовки и практического опыта персонала, поэтому для устойчивого развития гостиничных предприятий необходимо создать эффективную систему управления персоналом.

Человеческий фактор играет ключевую роль в индустрии гостеприимства. Успех в гостиничном бизнесе напрямую зависит от него: недостаточно просто предоставить гостям жилую площадь, важную роль играет уровень сервиса и качество услуг, на которые в первую очередь влияет уровень подготовки сотрудников отеля.

Управление персоналом - область знаний и практической деятельности, направленная на обеспечение гостиничного предприятия персоналом и эффективное использование его потенциала с учетом интересов сотрудников и предприятия [2].

Важность подхода к персоналу как человеческому ресурсу состоит в том, что потребители воспринимают персонал как часть услуги, именно сотрудники формируют желание потребителя снова вернуться в отель.

Служба управления персоналом - это функциональное подразделение, предназначенное обеспечить правильную работу отеля.

К основным функциям управления персоналом в современной гостинице можно отнести следующие [1]:

- планирование необходимого количества персонала;
- определение потребности в найме;
- маркетинг персонала;
- поиск персонала;
- отбор, набор, найм;
- адаптация;
- оценка;
- обучение;
- повышение квалификации;
- мотивация;
- планирование карьеры;
- корпоративная культура.

Основная цель определения потребности в трудоустройстве - предоставить предприятию необходимую рабочую силу при минимизации затрат: определить, когда, где, сколько, какой квалификации потребуется сотрудников в организации. При определении потребностей в найме анализируются преимущества и недостатки кандидатов на рынке труда.

Маркетинг персонала - это тип управленческой деятельности, направленной на долгосрочное обеспечение гостиничного предприятия кадрами, которые формируют стратегический потенциал.

Задачи маркетинга персонала:

- анализ рынка труда;
- определение спроса на рабочие места и предложения работодателей;
- анализ кадровой политики конкурентов;
- определение стоимости труда;
- определение новых специальностей;
- формирование имиджа отеля на рынке труда.

Маркетинг персонала обеспечивает гармонию интересов сотрудников и предприятия.

Поиск персонала для работы гостиничной индустрии осуществляется в кадровых агентствах, высших специализированных учебных заведениях, средствах массовой информации, службах занятости, а также путем найма специалистов предприятий конкурентов. Наиболее распространенным методом поиска персонала является размещение рекламы в средствах массовой информации о существующих вакансиях на предприятии.

После набора, следующий шаг - отбор и найм персонала. На этом этапе можно определить ряд последовательных шагов [1]:

- анализ резюме, рекомендательных писем;
- собеседование;
- диагностика профессиональной пригодности;
- оценка соответствия требованиям должности;
- медицинский мониторинг;
- анализ результатов и принятие решений о приеме на работу.

Целью оценки персонала является определение уровня подготовки сотрудника к выполнению именно того вида деятельности, в котором он участвует, а также определение его потенциальных возможностей для перспективы профессионального роста. Оценка персонала позволяет проверять выполнение обязанностей сотрудниками; выявлять сильные и слабые стороны каждого сотрудника, предпочтительные сферы работы для каждого, что приводит к повышению производительности.

Обучение персонала является одним из компонентов общего успеха гостиничного предприятия в долгосрочной перспективе, поскольку оно способствует формированию единой команды и повышает эффективность каждого сотрудника.

Профессиональное развитие относится к формальной и неформальной подготовке, необходимой для того, чтобы сотрудники могли выполнять весь спектр своих обязанностей. Такое обучение является центральным компонентом развития гостиничной индустрии и может включать в себя формальное обучение, второе образование, освоение опыта коллег и другие виды деятельности, ведущие к новым навыкам и способностям.

Мотивация сотрудников - один из самых важных вопросов менеджеров по персоналу. Разработаны как материальная мотивация (пособия, бонусы), так и нематериальные (конкурсы профессиональных навыков, лучший работник года, корпоративные праздники). В качестве стимулов используются не только поощрения, но и наказание, например, лишение бонусов и премий, снижение размера заработной платы, вычитание средств из вашей зарплаты в качестве компенсации за нарушение официальных инструкций, что повлекло за собой расходы компании и так далее [3].

Планирование карьеры является одной из областей работы персонала в организации, ориентированной на определение стратегий и этапов развития и продвижения специалистов. Это процесс сравнения потенциальных возможностей, способностей и целей человека с требованиями предприятия, стратегии и планов ее развития, выражающейся в составлении программы профессионального и офисного роста.

Корпоративная культура - это система ценностей, которая принимается всеми членами команды и устанавливает общие рамки поведения. Современные руководители и менеджеры должны учитывать культуру своей организации как мощного стратегического инструмента для направления всех отделов и отдельных лиц на общие цели, мобилизовать инициативу сотрудников и содействовать продуктивной коммуникации между ними. Положительная культура отражает ценность гостиничного предприятия как условия для осуществления саморазвития сотрудников.

В разных отелях набор функций и их группировка могут различаться. Но в целом этот список отражает состав успешного гостиничного предприятия для эффективного управления персоналом. Таким образом, для повышения эффективности системы управления персоналом необходимо совместно использовать все функции в совокупности.

Литература

1.Никольская Е.Ю, Попов Л.А.Управление персоналом на предприятиях индустрии гостеприимства в условиях кризиса: Учебное пособие. - М.: Изд-во ГОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2010.

2.Гаврик Ю. Никольская Е.Ю. Пути решения проблем развития гостиничного бизнеса в Москве и России // Наука третьего тысячелетия: Сборник статей Международной научно-практической конференции. - 2015. - С. 65-72

3.Никольская Е.Ю. Титиевская Е.М. Актуальные проблемы развития гостиничного бизнеса. // Путь науки. - 2014. - № 6. - С. 54-57.