

вань, на яких спеціалізується заклад, можливість надання послуг іноземцям, стратегії конкурентів, стан галузевого ринку та позицію медичного закладу на ньому, конкурентні переваги, потенціал розвитку, особливості послуг, стадію ЖЦТ, витрати на операційну діяльність, кваліфікацію персоналу, пріоритети керівництва, фінансові ресурси тощо. До чинників, які найбільше впливають на вибір альтернативи стратегічного рішення, варто віднести цілі медичного закладу, пріоритети та інтереси вищого керівництва (власників).

Список використаної літератури

1. Брага М., Пхіденко С., Масюк Л. та ін. Стратегічне планування в секторі охорони здоров'я в об'єднаних територіальних громадах. 2019. URL: https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/495/strategic_planning_for_web_new2.pdf (дата звернення: 15.10.2020).
2. Верба В. А. Підсистема управління розвитком на підприємстві: концептуальні засади створення та функціонування. *Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право)*. 2009. Вип. 1–2. С. 404–411.
3. Виханский О. С. Стратегическое управление. Москва, 2004. 292 с.
4. Вороненко Ю. В. Стратегічне управління в охороні здоров'я: теоретичні та практичні аспекти. *Науковий журнал МОЗ України*. 2014. № 1 (5). С. 39–47.
5. Сабецька Т. І. Технологія стратегічного управління діяльністю закладів сфери охорони здоров'я. *Бізнес-навігатор*. 2020. Вип. 1. С. 56–62.
6. Стефанишин Л. С. Теоретико-методичні основи стратегічного управління закладом охорони здоров'я. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 30. С. 77–83.
7. Устінов О. В. Нова система охорони здоров'я: лідерство, управління, фінанси. *Український медичний часопис*. 2017. URL: <https://www.umj.com.ua/article/116739/nova-sistema-ohoroni-zdorov-ya-liderstvo-upravlinnya-finansi> (дата звернення: 07.11.2020).

Будякова О. Ю.

кандидат економічних наук, старший викладач
кафедри економіки та сфери обслуговування
Київський національний університет технологій та дизайну

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРАЦІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Готельно-ресторанний бізнес – це сфера діяльності, яка акумулює елементи мистецтва та національних традицій, виробничу діяльність та методи обслуговування, одночасно розвиваючи філософію та споживання їжі й культури потенційної аудиторії. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу розвивається з року в рік, посилюючи конкурентну боротьбу за відвідувачів. Саме тому керівництво підприємств гостинності (незалежно від типу) постійно відслідковують сучасні виклики індустрії гостинності та приділяють увагу основній стратегії та концепції організації праці готелю та ресторану, надаючи закладу унікальність та неповторність. Продумана й грамотно розроблена концепція організації праці щодо обслуговування клієнта та послідовного комплексного впровадження всіх її складових гарантує успіх діяльності підприємства готельно-ресторанного бізнесу.

Спочатку при розробці концепції слід вивчити ринок, особливості поведінки та переваги потенційних клієнтів, оцінити їх купівельну спро-

можність, а також з'ясувати характерні риси внутрішньої мотивації передбачуваної аудиторії, що істотно вплине на вибір подальших кроків.

Наступним етапом, який не завжди вдається подолати – є підбір та набір професійного компетентного персоналу. Тому що саме діяльність обслуговуючого персоналу може як значно збільшити дохід, так й надовго відвадити гостей від закладу. Але все ж, ключовим моментом залучення разових відвідувачів та постійних клієнтів, є якісне обслуговування. Саме емоційні спогади та приємний сервіс змусять їх знову побувати в готелі та ресторані, який доставив їм насолоду.

Сервіс – це «соціальна» сторона готельно-ресторанного бізнесу. Десятки людей в готелі та ресторани обслуговують гостей; у кожного свої компетенції, свій темперамент, своя психіка та своє життя; й всі в тій чи іншій мірі контактують з відвідувачами, формуючи у них загальне враження від закладу. Розробка різних засобів зробити ці контакти більш привабливими та незабутніми – це й є створення унікальної пропозиції в області сервісу та сфери обслуговування.

Особливість послуг готельно-ресторанного бізнесу полягає в тому, що додана цінність для споживачів створюється за рахунок:

- обслуговування, тобто якості обслуговування;
- приготування страв, відповідно якості страв.

Основна мета підприємства готельно-ресторанного бізнесу – залучити людей всіх вікових груп, яким цікаві хороша кухня та розваги, створивши місця, де можуть збиратися люди будь-яких інтересів й напрямків.

Кожен співробітник підприємства готельно-ресторанного бізнесу повинен зрозуміти, які цілі готелю чи ресторану та як саме його діяльність сприяє успішному досягненню цих цілей.

Правильно розроблена концепція організації праці готельно-ресторанного бізнесу дає великі шанси на рентабельний бізнес і базується на маркетингових дослідженнях ринку готельно-ресторанних послуг сфери гостинності. Адже кількість працюючих готелів та ресторанів в кожній місцевості дуже багато, постійно відкриваються все нові й нові заклади.

В Європі готельно-ресторанний бізнес розвивався століттями, і механізми функціонування підприємства в цій специфічній галузі відпрацьовані до дрібниць. У багатьох країнах готельно-ресторанний бізнес зайняв гідне та міцне місце в економіці.

Запорукою успіху господарської діяльності будь-якого підприємства готельно-ресторанного бізнесу є задоволення запитів відвідувачів. Саме задоволеність змушує клієнтів знову відвідувати готель та ресторан, що сподобались, відвідати його з компанією своїх друзів й рідних, та, що дуже важливо, добре відгукуватися про нього в інших місцях, мимоволі рекламуючи вподобаний заклад.

Тому повинна приділятися увага організації праці та ґрунтовної та тривалої підготовки персоналу, щоб забезпечити максимум комфорту клієнтам, тобто, в кінцевому підсумку, на отримання прибутку. Від кожного працівника закладу сфери обслуговування залежить, чи отримають відві-

дувачі задоволення, відвідуючи готель й ресторан чи ні. На успіх підприємства впливає робота всього колективу, незважаючи на те, комунікують вони з клієнтами безпосередньо чи ні. Недостатньо компетентність персоналу можуть зіпсувати враження. Через невеликий, але неприємний інцидент готель чи ресторан може втратити сьогоднішніх і, найнебезпечніше, потенційних «завтрашніх» відвідувачів. Тому адміністрація, що займається підбором і розвитком персоналу, повинна постійно займатися оцінкою та навчанням працівників, щоб співробітники працювали як єдина команда, розділяючи корпоративні цінності, та належним чином виконувати свої обов'язки. Навіть досвідчені працівники мають потребу в навчанні. Вони повинні розуміти вашу загальну стратегію, установку на те, щоб клієнти залишалися задоволені, та підхід до управління персоналом. Навчання необхідно всім працівникам, які можуть долучити потенційних «завтрашніх» відвідувачів.

У кожного підприємства готельно-ресторанного бізнесу існує своя організаційна структура. Керівник підприємства визначає, яка кількість співробітників йому необхідна для обслуговування гостей в можливій кількості посадкових місць. Деякі підприємства готельно-ресторанного бізнесу крім основного персоналу вдаються до допомоги професіоналів, таких як: бухгалтер, юрист, страховий агент, маркетолог, завідувач господарством та ін.

В даний час готельно-ресторанний бізнес є важливим і пріоритетним напрямком розвитку сучасної економіки. Важливим моментом для підприємств є проблема забезпечення кваліфікованими компетентними кадрами від ефективності використання яких, залежать результати їхньої діяльності. У зв'язку з цим, в різних формах відбувається створення нової моделі організації праці. До її основних рис відносяться орієнтація на висококваліфіковану та ініціативну робочу силу, яка має необхідні компетенції, інтегровану в систему виробництва, безперервність процесу підвищення кваліфікації, партнерські відносини між адміністрацією та колективом.

Результати досліджень, проведених серед працівників підприємств ресторанного бізнесу показав, що для них серед факторів, що визначають вибір то чи іншої роботи, є інтерес до роботи (38%), тоді як матеріальне стимулювання – 34% визнання професійного рівня – 16%, психологічний клімат в колективі – 12%, що дає можливість стверджувати, що матеріальне стимулювання не є універсальним засобом мотивації при виборі місця роботи.

Кадровий потенціал підприємств готельно-ресторанного бізнесу має кількісні, якісні і структурні характеристики, які характеризуються абсолютними і відносними показниками: облікова і явочна чисельність працівників підприємства та його внутрішніх структурних підрозділів, окремих категорій та груп на визначену дату; середньооблікова чисельність працівників в певному періоді; питома вага окремих підрозділів в загальній чисельності працівників підприємства; темпи зростання чисельності працівників за певний період; середній стаж роботи за фахом; плинність кадрів; фондоозброєність праці працівників. Сукупність зазначених показників дає уявлення про кількісний, якісний та структурному стані кадрів і тенденції

його змін. Кількісна характеристика кадрів вимірюється такими показниками як: облікова, явочна та середньооблікова чисельність працівників.

Якісна характеристика кадрового потенціалу визначається професійної та кваліфікаційної відповідністю працівників для досягнення цілей підприємства і виконуваних ними робіт. Якісну характеристику персоналу підприємств оцінювати значно складніше, тому що зараз в сфері готельно-ресторанного бізнесу не існує однозначного підходу до визначення якості праці трудових ресурсів. Спектр параметрів і характеристик, які досліджуються і визначають якість праці, умовно можна розділити на:

- економічні (складність праці, кваліфікаційний рівень працівника, умови праці, виробничий стаж);
- особистісні (дисциплінованість, наявність навичок, оперативність, творча активність);
- організаційно-технічні (технічна обізнаність, що застосовуються раціональні прийоми в організації праці);
- соціально-культурні (колективізм, соціальна активність, інтелектуальність).

Ефективне управління персоналом підприємства неможливо без достовірної інформації про нього. Служби управління персоналом збирають дані, що характеризують різні аспекти стану персоналу підприємства, і проводять їх детальний аналіз. Найчастіше на підприємстві аналізуються наступні показники: вікова структура; освітня структура; стаж роботи в організації; процентне відношення чоловіків і жінок; плинність кадрів; продуктивність праці; витрати на робочу силу.

Компетенції при підборі персоналу в готельно-ресторанному бізнесі: неагресивність (вміння стримувати агресію); володіння собою в будь-яких обставинах; доброзичливість; вміння викликати симпатію (бути щирим, посміхатися); уважність до деталей; вміння аналізувати ситуацію, поведінку, наявність напрацьованих мовних модулів (вітань, питань, звернень); здатність до навчання інших тому, що вмієш добре робити сам.

Тому, для ефективної діяльності підприємства готельно-ресторанного бізнесу, в першу чергу, потрібно досліджувати основні тенденції розвитку цієї сфери гостинності, які повинні спиратися на дослідження ринку та купівельної спроможності населення й з урахуванням отриманої інформації формувати довгострокову та короткострокову стратегії організації праці готельно-ресторанного бізнесу з урахування сучасних викликів.

Бут О. П.

слухач магістратури

Класичний приватний університет

ОБґРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ЕЛЕКТРИЧНОГО ЦЕХУ ВП «ЗАЕС»

Лояльність – це позитивне ставлення людини до чогось конкретного. Лояльність співробітника є одним з чинників, що забезпечують його бла-