

«Работайте только над теми вещами, которые будут иметь наибольшее воздействие», — Jason Cohen.

А. М. Буряк

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

A. M. Buriak

SPECIFIC FEATURES OF HUMAN RESOURCE MANAGEMENT IN THE RESTAURANT BUSINESS

Тема управління персоналом завжди залишатиметься однією з найважливіших і суперечливих, особливо у сфері обслуговування. Саме від керівників залежить якість сервісу в готелі, ресторані, кафе, туристичній агенції тощо.

Діяльність, пов'язана з організацією та наданням послуг громадського харчування, займає одне з провідних місць у сфері обслуговування та є одним із високоприбуткових видів економічної діяльності.

Талановите управління персоналом у ресторанному бізнесі — важливий чинник досягнення успіху.

Головна особливість ресторанного бізнесу полягає в тому, що в ньому все залежить від настрою гостя. Якщо гість уперше побував у ресторані й відчув, що потрапив на маленьке свято, він не тільки ще повернеться туди, але й запросить друзів, порадить це місце знайомим. А реклами, ефективнішої за вдячні відгуки клієнтів, досі не винайшли. Перший секрет успішного управління персоналом у ресторанному бізнесі полягає в його грамотному доборі. Колектив має працювати дружно, а співробітники — добре розуміти один одного.

Другий секрет управління персоналом у ресторанному бізнесі полягає в тому, що роль кожного члена колективу унікальна, оскільки гості приходять до ресторану за власними враженнями, а кожний працівник закладу повинен це враження їм забезпечити. Один хоче насолодитися кулінарним шедевром від шефа, і кухар повинен створити для нього справжнє шоу. Інший, потягнувши коктейль, шукає спілкування за барною стійкою, а бармен, вловивши це бажання, має підтримати розмову або виконати роль уважного слухача. Треті із задоволенням спостерігають за роботою офіціантів, котрі, немов казкові «двоє зі скриньки», несподівано з'являються в потрібний момент і тихо, як тінь, зникають, коли в них немає потреби.

Адміністратор повинен створити в ресторані ту легку й невимушену атмосферу, в якій персонал працює чітко та злагоджено. Гармонійний колектив і успішний ресторан — його головна мета.

Ресторанний ринок живе в умовах жорсткої конкуренції, коли переманювання фахівців у конкурента є одним із головних інструментів боротьби з ним. Грамотна мотивація кожного працівника — одна з найважливіших умов управління персоналом у ресторанному бізнесі, що дозволяють зберегти кадри. Керівництво закладу має використовувати для кожного рівня співробітників характерні для них засоби мотивації.

Наприклад, вантажників, прибиральниць, посудомийок та інших працівників нижчої ланки, у котрих очікування від роботи не завищені, цілком влаштує стабільна й гідна заробітна плата, чітко визначені обов'язки, можливість нетривалого відпочинку протягом робочого дня, повага керівництва та періодичні моральні й матеріальні заохочення.

Для фахівців середньої ланки — барменів, офіціантів та їхніх помічників — головним показником успіху, а значить і головною мотивацією є розмір чайових, які вони одержують від задоволених клієнтів. Цікавою мотивацією для фахівців середньої ланки можуть бути всілякі конкурси, а також бонуси, наприклад, за кожну продану порцію дорогого фірмового коктейлю.

Найкращою мотивацією фахівців вищої ланки — шеф-кухарів, менеджерів, адміністраторів — є можливість кар'єрного зростання, різноманітні тренінги й семінари, а також визнання їхнього таланту та значущості для закладу.

Серед основних причин, які мотивують персонал до зміни місця роботи в ресторанных господарствах, — незадоволення заробітною платою, невідповідність очікувань унаслідок нечіткого уявлення про майбутню роботу, низький рівень матеріального та нематеріального стимулювання праці.

Гідна оплата праці є не єдиним стимулом персоналу залишитися на підприємстві. Вирішальну роль у подальшому становленні співробітника відіграватимуть оптимально дібрані чинники матеріальної й нематеріальної мотивації.

Правильний підхід до вибору професійних кадрів захистить ресторанний комплекс від випадкових працівників, котрі згодом можуть звільнитися з підприємства. А грамотно керуючи персоналом у ресторанному бізнесі, керівництво навіть маленького кафе або ресторану обов'язково зробить успішним свій заклад.

Д. В. Нікітенко, К. Ю. Скляр

EMAIL-МАРКЕТИНГ У ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

D. V. Nikitenko, K. Yu. Skliar

EMAIL-MARKETING IN TOURISM BUSINESS

Одним з найефективніших інструментів інтернет-маркетингу для бізнесу є email-маркетинг. Це важливий засіб роботи із цільовою аудиторією та просування в мережі інтернет. Він сприяє прямому спілкуванню між бізнесом і покупцями.

Незважаючи на тривалість існування й виникнення багатьох нових маркетингових практик, цей вид маркетингу залишається важливим інструментом в арсеналі багатьох фірм, зокрема туристичних.

Email-маркетинг являє собою поштові розсилки, які використовують для різноманітних цілей: від прямих продажів до збільшення прихильності й отримання зворотного зв'язку.