

### Література.

1. Фреик Н.В. Понятие «харизма» в социологии политики Макса Вебера / Н.В. Фреик. – М.: Изд-во Института социологии РАН, 2001. – С. 67-81.
2. Максвелл Дж. 21 качество лидера : Пер. с англ. / Дж. Максвелл. – М.: Попурри, 2013. – 224 с.
3. Барчунова Т.В. «Эгоистичный гендер», или Воспроизводство гендерной асимметрии в гендерных исследованиях / Т.В. Барчунова. – ОНС. – 2002. – № 5. – С. 180-191.
4. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры : Пер. с англ. / К. Камерон, Р. Куинн. – СПб.: Питер, 2001. – 320 с.

## УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

*Журавльова Д. С., студентка*

*Науковий керівник: Коваленко Л. Г., к.е.н., ст. викладач*

*Уманський національний університет садівництва*

З розвитком ринкових відносин, процесом приватизації державної власності, розширенням діяльності комерційних підприємств, зарубіжний досвід управління в сфері ринкової економіки став досить актуальним. Нова наука - «менеджмент» (яка спочатку сприймалась як метод управління) набула значного поширення як така, що всебічно вивчає феномен управління, його методи і принципи.

Готельно-ресторанний бізнес є основною складовою туристичної галузі нашої держави. Розвиток внутрішнього та міжнародного туризму значною мірою пов'язаний з рівнем матеріально-технічної бази туристичних підприємств, розгалуженістю та різноманітністю їх мережі, якістю та обсягом послуг, пропонованих готельним господарством. Готельні підприємства виконують одну з основних функцій у сфері обслуговування туристів - забезпечують їх житлом і побутовими послугами під час подорожі [1].

Не менш важливим фактором у розвитку готельно-ресторанної справи є управління персоналом.

Талановите управління персоналом у ресторанному бізнесі — це головний ключ до його успіху. Вітчизняний сучасний персонал ресторанного ринку ще тільки зароджується, немає на ньому поки

гучних, відомих на весь світ імен. Великі ресторани запрошують іменитих шеф-кухарів і менеджерів з-за кордону, а іншим доводиться ростити свої кадри самостійно [2].

Для ефективного управління підприємством керівник повинен мати здібності до управління колективом. Здібності до керівництва виявляються в:

- наявності розумових особистих цінностей і принципів та чітких власних цілей;
- здатності до управління самим собою, вмінні впливати, навчати та розвивати підлеглих, формувати ефективні робочі групи.

Головна фішка готельно-ресторанного бізнесу полягає в тому, що все в ньому залежить від настрою гостя. Перший секрет успішного управління персоналом полягає в його грамотному підборі: колектив як згуртована команда, розуміючи один одного без слів, повинен створювати радісний святковий настрій клієнтам. Причому, в команді і швейцар, і офіціант, і адміністратор, незалежно від посади, дружно працюють на успіх закладу. Другий секрет управління персоналом у готельно-ресторанному бізнесі полягає в тому, що роль кожного члена колективу унікальна.

За своїм характером праця керівника полягає в управлінні діями працівників з метою одержання конкретного результату. Ця праця передбачає, що керівник повинен добре знати себе, свої здібності та можливості, а також своїх підлеглих, їхні інтереси як на роботі, так і в побуті. Чим краще керівник знає своїх підлеглих, тим більше у нього можливостей щодо успіху.

Керівник має приділяти достатню увагу мотивації своїх робітників, для того, щоб підприємство могло знаходитись на достатньому конкурентному рівні. За допомогою якісно побудованої системи мотивації персоналу на підприємстві, можна керувати поведінкою працівників та направляти їх на досягнення цілей фірми.

Мотивація – це одна з рушійних сил поведінки людини для досягнення поставлених цілей. Існує 2 основних види мотивації: матеріальна та нематеріальна.

До матеріальної мотивації належать:

– оклад – є фіксованим доходом, дає почуття стабільності працівникам;

– відсотки від особистих продажів – складова, що дозволяє персоналу бути зацікавленим в продажі, що призводить до підвищення прибутку закладу;

- чайові – забезпечують ефективне обслуговування гостей та стимулюють до досягнення кращих результатів праці;

- премії – виступають у вигляді винагороди за окремі особисті досягнення, або як заохочення персоналу до виконання плану.

Нематеріальна мотивація включає в себе:

- звання та шана – є способом мотивації співробітників, що передбачає використання дошок пошани або певних титулів (звання «офіціант місяця»);

- особливі привілеї – використовуються для заохочення співробітників шляхом надання особливих привілеїв за кращі результати праці;

- вибір часу для відпустки та вихідних днів;

- особливі знаки уваги (привітання зі святами);

- допуск до прийняття рішень – використовується для заохочення результативних офіціантів, професійних барменів та старших менеджерів дозволяючи їм приймати рішення на свій розсуд;

- завдання вищого рівня – як знак заохочення, видатних офіціантів можна відправляти обслуговувати значущих людей, які заходять в ваш заклад;

- кар'єрне зростання.

Всі ці методи мотивації періодично використовують мережеві ресторани для підвищення ефективності роботи персоналу та виявлення не тільки кращих, а й гірших співробітників [3].

Мотивувати персонал до продуктивної роботи в ресторанному бізнесі досить складно, так як в одному місці зосереджені люди різних верств населення з різними поглядами на життя і потребами.

Потрібно пам'ятати, що співробітник буде добре працювати в тому випадку, якщо задоволені його потреби. Чим вище мотивація персоналу, тим вище прибуток ресторану. Якщо людина досягає від роботи того, чого хоче – вона буде добре виконувати свої обов'язки. Якщо ж важливі потреби працівника не задоволені, рано чи пізно настане погіршення якості його роботи, а потім і звільнення. Недосвідчені керівники нерідко своїми діями самі створюють демотиватори для своїх підлеглих, замість того, щоб вибудувати грамотну систему мотивації персоналу.

Отже, щоб вести ефективну господарську діяльність у сфері ресторанного бізнесу, необхідно володіти теоретичними та практичними знаннями в області мотивації, вчасно впроваджувати систему мотивації працівників, шукати нові шляхи покращення ефективності роботи.

**Література.**

1. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент / Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. Навчальний посібник - К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 348 с.
2. Управління персоналом в готельно-ресторанному бізнесі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://adrian.com.ua/upravlinnya-personalom-u-restorannomu-biznesi.html>
3. Мотивація персонала в ресторане [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://cafeprofit.ru/12-sposobov-pooshhreniya-personala>

**НАПРЯМКИ УПРАВЛІННЯ ЛІЗИНГОМ ПЕРСОНАЛУ  
В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

*Борисюк О. В., к.е.н., доцент*

*Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки*

Перехід до інвестиційно-інноваційної моделі розвитку України вимагає вирішення багатьох проблем, в тому числі пошук адекватних сьогоденню фінансово-економічних методів удосконалення використання висококваліфікованої робочої сили. Вступ України у Болонський процес ще більше загострив цю проблему, оскільки заробітна плата висококваліфікованих фахівців у сфері високих технологій у нашій країні в рази поступається рівню зарплати цих спеціалістів у розвинутих країнах, що спричиняє їх від'їзд за кордон. У наступні роки це може негативно позначитися на технологічній та економічній безпеці України. Тому треба шукати фінансово-економічні методи зменшення еміграції спеціалістів, насамперед в області високих технологій, з України за кордон. Такими методами можуть стати лізинг персоналу та аутсорсинг, які активно використовуються у високорозвинутих країнах, та у ряді розвинутих країн світу — Індії, Китаї, Сингапурі, Малайзії, а в останні роки — в Польщі.

Staff leasing (лізинг працівників) - оренда персоналу на довготривалій основі. Компанія-роботодавець оплачує лише послуги агенції-рекрутера, не пов'язуючи себе із працівником юридичними зобов'язаннями. Спеціаліст числиться в штаті компанії-лізингодавця [1, с. 99].

За умов лізингу персоналу працівники весь час перебувають у штаті компанії провайдера, яка їх наймає, а потім віддає в «оренду» організації замовнику.