

## ОСОБЕННОСТИ ПОДБОРА И РАССТАНОВКИ ПЕРСОНАЛА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

*С.С. Чаплина, К.А. Чистяков, 2 курс*  
*Научный руководитель – А.С. Кривецкая, м.э.н., ассистент*  
*Полесский государственный университет*

Под подбором и расстановкой персонала понимается оптимальное распределение сотрудников организации по структурным подразделениям, рабочим местам принятой политикой разделения труда, с одной стороны, и способностями, психическими и профессиональными качествами сотрудников, которые отвечают требованиям выполняемой работы, – с другой.

Подбор кадров основывается на принципах: соответствия (означает соответствие нравственных и профессиональных качеств будущих работников требованиям организации), перспективности, сменяемости.

Основной задачей подбора и расстановки персонала является решение проблемы размещения сотрудников в зависимости от выполняемой работы. При решении данной задачи необходимо учесть соответствие работника выполнению конкретных видов работ, а для установления пригодности необходимо, с одной стороны, сформулировать требования, предъявляемые к конкретной работе, а с другой – принять во внимание личные качества работников [2].

На данный момент существуют традиционные и нетрадиционные методы подбора персонала.

Традиционные методики подбора персонала являются самыми распространенными способами определить, подходит ли кандидат на данную должность. Среди них выделяют:

1. Менеджеры большинства компаний предпочитают узнать о будущем сотруднике в резюме прежде, чем он придет на собеседование. По резюме определяется, где учился соискатель, степень его профессионализма, стаж работы. Минус резюме заключается в том, что кандидат составляет его с субъективной точки зрения, и данные могут быть недостоверны либо преувеличены. Поэтому на основе только лишь анализа резюме редко принимаются решения о принятии на работу.

2. Собеседование – вид подбора, при котором происходит личный контакт между работодателем и соискателем. Профессиональный менеджер за короткий период может узнать о кандидате всю необходимую информацию и оценить его как потенциального сотрудника. К собеседованию можно подготовиться, но всегда знать, какие вопросы будут заданы, претендент не может. В этом и заключается преимущество собеседования. Руководители могут применять разные формы собеседования: в формальном виде (вопрос – ответ), подготавливая часть вопросов, или в неформальном.

3. Анкетирование – заполнение анкеты, вопросы в которой могут быть различные. В первую очередь заполняются паспортные данные. После – вопросы об образовании, прошлых местах работы, участии в различных проектах. Также в анкете предлагаются примеры трудовых и жизненных ситуаций, которые нужно разрешить из нескольких предложенных вариантов. На основе полученных данных менеджер может сделать некоторые выводы о кандидате.

4. Тестирование – метод, используемый как некое испытание способностей кандидата. Используются тесты на интеллект, тесты на профессиональные знания, психологические тесты, которые направлены на выявление различных личностных качеств человека [1].

Нестандартные методы чаще всего используются отечественными компаниями в качестве экспериментов, поскольку объективной информации о кандидате они не могут предоставить:

1. Стрессовое интервью – когда компанией намеренно подстраиваются неприятные ситуации для кандидата, чтобы оценить, как соискатель ведет себя в нестандартных обстоятельствах.

2. Brainteaser – интервью, в ходе которого в собеседовании ставится цель определить логическое мышление и сообразительность кандидата. Вопросы так же, как и при стрессовом интервью, могут быть неожиданными и странными, однако, все они имеют логичные ответы. Некоторые вопросы могут и не иметь единственно правильных ответов.

3. Физиогномика и графология – методы, которые направлены на выявление качеств и типа личности. В случае физиогномики выводы делаются на основе анализа черт лица человека и его мимики, графологии – анализа почерка. Такие методы отбора персонала являются не самыми распространенными [1].

Авторы считают, что наиболее результативными являются собеседование, которое коррелирует со стрессовым интервью, поскольку взаимодействие этих двух методов дает объективное представление о кандидате, позволяет проверить его способность реагировать на ситуации, различные по своему характеру. Например, если дать кандидату возможность проявить свои навыки в общении с людьми в ситуациях, нестандартных для его сферы деятельности, так как перенос человека из одной среды в другую – это и есть стрессовая ситуация, по которой конкретно видно, способен ли кандидат проявить свои качества в иной ситуации.

В гостиничных предприятиях каждый год проводится аудит качества услуг – от состояния номерного фонда до общения с гостями персонала. Поэтому требования к персоналу отелей очень высокие. Нужно иметь не только профессиональные качества, опыт работы в гостинице, а также свободное владение одним или несколькими иностранными языками. Однако ужесточенные требования приводят к трудностям с подбором персонала [3].

В связи с этим менеджеры по подбору персонала, поскольку они владеют всей информацией о профессиональных навыках и потенциале своих сотрудников, чаще всего обращают внимание на внутренние ресурсы гостиничного предприятия.

Существует несколько глобальных проблем, которые испытывают гостиницы при наборе персонала. Первая из них связана с наймом линейного персонала. Существует несколько путей решения задачи: во-первых, есть отели с достаточным бюджетом на привлечение сотрудников, которые могут позволить себе масштабное размещение рекламы в СМИ, в метро и постоянное проведение ярмарок вакансий. Надо сказать, что эта методика бесспорно эффективна, хотя и требует больших финансовых затрат, а также привлечения дополнительных человеческих ресурсов. Во-вторых, гостиничные операторы, которые не могут себе позволить подобные траты на привлечение линейного персонала, обращаются в рекрутинговые агентства. Тем более, если речь идет о персонале, который должен владеть иностранными языками и опытом работы в гостиничной сфере.

Второй серьезной проблемой при подборе кадров в гостиничной индустрии является вопрос зарплаты. В нашей стране все рядовые сотрудники получают зарплату ниже той, которую получают на предприятиях Европы. Это не является стимулом для наших работников, поэтому чаще всего персонал работает без энтузиазма и удовольствия.

Третья проблема в подборе персонала – длительность этого процесса. В гостинице соискатель должен пройти несколько этапов собеседования, а также психологическое тестирование, а потом два или три дня ждать решения. Часто за это время кандидаты уже успевают устроиться на работу. Решение этой проблемы заключается в сокращении временного промежутка между первым звонком соискателю и его выходом на работу [3].

Таким образом, подбор персонала при найме на работу является важной составляющей политики управления гостиничного предприятия. Соблюдение принципов политики является гарантом качественного подбора персонала, который во многом способствует эффективной деятельности гостиницы, а так же созданию благоприятной обстановки на предприятии.

#### **Список использованных источников**

1. Методы подбора персонала // Бизнес–портал ДеньгоДел.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dengodel.com/management/270–metody–podbora–personala.html> – Дата доступа: 19.03.2017.
2. Тележников В.И. Менеджмент: учеб. пособие / В.И. Тележников; под ред. д-ра экон. наук, проф. Н.П. Беляцкого. – Минск, БГЭУ, 2008 г. – 509 с.
3. Процесс подбора персонала в сфере гостиничных услуг // Все о туризме [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/ogorodnikova.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/ogorodnikova.htm) – Дата доступа: 19.03.2017.