

# СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Завалищин Н.Н. Email: Zavalishchin642@scientifictext.ru

*Завалищин Николай Николаевич – магистрант,  
кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса,  
Санкт-Петербургский государственный  
экономический университет, г. Санкт-Петербург*

**Аннотация:** в статье рассмотрены современные методы развития и обучения персонала в индустрии гостеприимства. В современном мире формирование и обучение персонала рассматривается как вид инвестиций в человеческий капитал, которые являются не менее важными инвестициями, чем финансовые. Определена система обучения персонала, призванная повышать эффективность работы персонала за счет его качественного роста, что в конечном итоге является необходимым условием успешности компании на рынке и получением конкурентного преимущества.

**Ключевые слова:** развитие персонала, метод, обучение, гостиничный бизнес, эффективность, конкурентное преимущество.

## MODERN METHODS OF TRAINING IN HOSPITALITY INDUSTRY Zavalishchin N.N.

*Zavalishchin Nikolay Nikolayevich – Graduate Student,  
HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS DEPARTMENT,  
ST. PETERSBURG STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS, ST. PETERSBURG*

**Abstract:** this article describes modern methods of development and training in the hospitality industry. In the modern world, the formation and training of personnel is seen as a form of investment in human capital, which are no less important investments than financial ones. The certain training system is needed to improve the efficiency in personnel work by its quality growth, that at the end becomes the necessary condition for the success of the company in the market and obtaining a competitive advantage.

**Keywords:** personnel development, method, training, hospitality business, efficiency, competitive advance.

УДК: 379.85

С каждым годом во всех странах расходы на обучение и повышение квалификации персонала растут. Появилась, можно сказать, новая индустрия – «индустрия образования». В современном мире формирование и обучение персонала рассматривается как вид инвестиций в человеческий капитал, которые являются не менее важными инвестициями, чем финансовые. Концепция непрерывного обучения наиболее полно раскрывает современные тенденции развития индустрии [1, с. 117].

Обучение персонала в индустрии гостеприимства – предварительно запланированный, постоянный процесс извлечения знаний о гостиничном бизнесе, умений в сервисе и взаимодействии работников с целью удовлетворения потребностей посетителей.

Для полноценного развития персонала на предприятии следует использовать актуальные методы обучения, а также современные компьютерные и информационные технологии. Существует множество методов обучения персонала, рассмотрим некоторые из них.

Метод Secondment. Данный метод представляет собой ротацию сотрудников, а если быть точнее - «командирование» персонала на какой-либо промежуток времени в другую структуру для получения требуемых умений и навыков. Данная процедура может иметь как долгосрочный характер (около года), так и краткосрочный (несколько рабочих дней). Особенно этот метод стоит применять компаниям с плоской организационной структурой, где продвижение персонала по службе практически невозможно и, как следствие, развитие у них дополнительных навыков и компетенций затрудняется.

Преимущества метода Secondment:

1. Получение дополнительных знаний и компетенций;
2. Личностное развитие каждого сотрудника;
3. Укрепление командного духа и организация кросс-функционального взаимодействия.

Метод Shadowing. Данный метод при переводе с английского языка означает «быть тенью», что предполагает присоединение кандидата на какую-либо должность к опытному сотруднику компании занимающему аналогичную должность. Использование этого метода позволяет внимательно изучить все необходимые аспекты работы в течение всего рабочего дня. В результате сотрудник наблюдает реальный ход событий, узнает все преимущества и недостатки выполняемой работы и определяет для себя возможность карьерного роста. После обучения проводят интервью, в рамках которого специалист

делится впечатлениями о работе кандидата. Данный метод хорошо подходит в случае необходимости переквалификации персонала на другую специальность, также это прекрасная возможность для привлечения студентов, которые смогут приобрести практические навыки и умения.

Преимущества метода Shadowing:

1. Появление возможности оценки реальной ситуации на разных уровнях деятельности отеля;
2. Улучшение деятельности и имиджа отеля путем активного развития сотрудников;
3. Значительное ускорение процесса адаптации персонала.

Метод Buddying означает «приятель», предполагает взаимодействие руководителя и опекуна не на определенных указаниях, а на равных, подсказывая и всячески помогая своему сотруднику. Это содействия подразумевает обмен мнениями и рекомендациями для более эффективного выполнения поставленных целей и задач. Но для данного взаимодействия необходимо заранее обучить нового сотрудника грамотному и взвешенному изложению полученных выводов. Метод Buddying достаточно актуален в наше время, так как для персонала компании обстановка их работы становится привычной, устоявшиеся методы кажутся нормой, хотя конкурентная среда динамично изменяется в сторону новых нестандартных решений, современных технологий, а свежий взгляд вновь прибывших сотрудников дает возможность определить минусы и недостатки в работе предприятия. Гостиницы, пользующиеся данным методом, отмечают уменьшение конфликтных ситуаций в коллективе и улучшение взаимодействия между сотрудниками в целом.

Преимущества метода Buddying:

1. Создание условий интерактивного общения;
2. Ускоренный профессиональный и личностный рост сотрудника;
3. Возможность определить недостатки в работе гостиницы благодаря свежему взгляду вновь прибывших сотрудников.

В российских компаниях процент использования новых методов развития персонала крайне мал. Так что следует обратить внимание на современные методы обучения персонала, их внедрение дает возможность повысить уровень мотивации и интерес каждого сотрудника к работе.

Данный метод используется в следующих случаях:

- для обучения сотрудника в процессе адаптации (как новичка, так и при переводе на другую позицию внутри компании);
- для повышения эффективности проводимых в компании преобразований (метод показал свою результативность при любых типах изменений);
- для оптимизации обмена информацией между подразделениями компании;
- для развития «поведенческих» навыков сотрудников;
- как инструмент командообразования.

От наставничества и коучинга метод Buddying отличается тем, что его участники абсолютно равноправны. При данном способе обучения нет «младшего» и «старшего», подопечного и наставника, коуча и «коучуемого», обучающего и обучаемого. Обратную связь можно предоставлять после совещаний, планерок, дискуссий, телефонных переговоров. Конечно, прежде чем приступить к такому методу необходимо обучить сотрудников давать объективную обратную связь, делать выводы и грамотно предоставлять информацию. Для данного метода необходима постоянная система контроля со стороны службы персонала.

Индустрия гостеприимства характеризуется высоким уровнем конкуренции, так как требования потребителей к обслуживанию постоянно увеличиваются, следовательно, нужно усовершенствовать уровень сервиса отеля для максимального удовлетворения запросов гостей, делая акцент на повышенных условиях комфорта. Применение вышеизложенного на практике, позволит оправдать ожидания клиентов, предоставляя отелю конкурентное преимущество и положительную репутацию.

Для достижения такого результата, гостинице необходимо непрерывно совершенствовать формы и методы обслуживания и контролировать работу своего персонала.

Крайне важно создать систему обучения сотрудников, так как отсутствие специализированных программ приводит к значительному снижению уровня мотивации персонала в данном отеле [3. с. 154].

Эффективность деятельности гостиницы на рынке туристских услуг во многом зависит от персонала, который в ней работает. Наравне с профессиональной квалификацией, важной для качественного обслуживания гостей, большую роль играет форма представления этих знаний, то есть форма донесения информации об имеющихся товарах и услугах конкретному потребителю [2. с. 68].

### *Список литературы*

1. Альбеков Н.Т. Экономика коммерческого предприятия / Н.Т. Альбеков, С.К. Согомонян. — СПб.: Питер, 2015. С. 447

2. *Гвозденко А.А.* Гостиничный и туристический бизнес. Учебник / А.А. Гвозденко. — М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», 2015. С. 284
3. *Котлер Ф.* Маркетинг. Гостеприимство и туризм: учеб. для вузов: пер. с англ. / Ф. Котлер. — М.: ЮНИТИ, 2015. С. 1071