

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**ХЕДХАНТІНГ В СИСТЕМІ ВІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ ДЛЯ
РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

Студента 4 курсу, 1 групи,
спеціальності 073 «Готельно-
ресторанний менеджмент»
освітньої програми «Готельний і
ресторанний менеджмент»

(підпис студента)

Гріпаса
Богдана
Юрійовича

Науковий керівник
к.е.н., доц.

(підпис керівника)

Зікій
Наталія
Леонідівна

Гарант освітньої програми
к.е.н., доц.

(підпис гаранта)

Ткачук
Тетяна
Михайлівна

Київ 2023

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітня програма «Готельний і ресторанный менеджмент»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри
готельно-ресторанного бізнесу
проф. М.Г. Бойко
«___» _____ 2022 р.

ЗАВДАННЯ

на випускн кваліфікаційну роботу студентові

ГРІАСУ БОГДАНУ ЮРІЙОВИЧУ

(прізвище, ім'я, по батькові)

- 1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:** «Хедхантинг в системі відбору персоналу для ресторанного бізнесу «Тайський привіт», м. Київ»

Затверджена наказом ректора від «30» вересня 2022 р. № 2420

- 2. Строк здачі студентом закінченої роботи:** 02 червня 2023 р.

- 3. Цільова установка та вихідні дані до роботи**

Мета роботи – дослідження практичних аспектів та розроблення практичних рекомендацій щодо системи відбору персоналу підприємства ресторанного бізнесу.

Об'єкт дослідження – процес хедхантингу в системі відбору персоналу ресторану «Тайський привіт», м. Київ.

Предмет дослідження – теоретичні та практичні аспекти використання хедхантингу в системі відбору персоналу суб'єкта ресторанного бізнесу.

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом):

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. МОНІТОРИНГ СИСТЕМИ ВІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ В РЕСТОРАНІ «ТАЙСЬКИЙ ПРИВІТ», М. КИЇВ

1.1. Аналіз діяльності підприємства

1.2. Характеристика системи відбору персоналу ресторану «Тайський привіт»

РОЗДІЛ 2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ХЕДХАНТИНГУ В СИСТЕМІ ВІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ В РЕСТОРАНІ «ТАЙСЬКИЙ ПРИВІТ», М. КИЇВ

2.1. Розробка пропозицій щодо процесу хедхантингу в ресторані «Тайський привіт»

2.2. Оцінка ефективності запропонованих заходів

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Календарний план виконання роботи:

№ з/п	Назва етапів написання випускної кваліфікаційної роботи	Терміни виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	<i>Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи</i>	01.11.2022 р. 30.11.2022 р.	01.11.2022 р. 30.11.2022 р.
2	<i>Оформлення і затвердження завдання на випускню кваліфікаційну роботу</i>	30.11.2022 р.- 25.12.2022 р.	30.11.2022 р.- 25.12.2022 р.
3	<i>Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	25.12.2022 р.- 25.03.2023 р.	25.12.2022 р.- 25.03.2023 р.
4	<i>Попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	28.03.2023 р.- 01.04.2023 р.	28.03.2023 р.- 01.04.2023 р.
5	<i>Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	04.04.2023 р.- 13.05.2023 р.	04.04.2023 р.- 13.05.2023 р.
8	<i>Попередній захист випускної кваліфікаційної роботи у комісіях</i>	16.05.2023 р.- 20.05.2023 р.	16.05.2023 р.- 20.05.2023 р.
9	<i>Подання випускної кваліфікаційної роботи на кафедру</i>	03.06.2023 р.	03.06.2023 р.
10	<i>Подання випускної кваліфікаційної роботи до деканату для отримання направлення на зовнішнє рецензування</i>	23.05.2023 р.	23.05.2023 р.
11	<i>Підготовка матеріалів випускної кваліфікаційної роботи до захисту в екзаменаційній комісії</i>	24.05.2023 р.- 03.06.2023 р.	24.05.2023 р.- 03.06.2023 р.
12	<i>Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії</i>	Згідно розкладу	Згідно розкладу

6. Дата видачі завдання « » _____ 2022 р.

7. Керівник випускної кваліфікаційної роботи, к.е.н., доц. _____

(підпис)

Н. Л. Зікій

(ініціали, прізвище)

8. Гарант освітньої програми к.е.н, доц. _____

(підпис)

Т.М. Ткачук

(ініціали, прізвище)

9. Завдання прийняв до виконання студент-дипломник _____

(підпис)

Б. Ю. Гріпас

(ініціали, прізвище)

10. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студент Гріпас Б.Ю. виконав випускну кваліфікаційну роботу у повному обсязі, згідно виданого завдання та затвердженого графіку. У роботі студент здійснив моніторинг діяльності суб'єкта ресторанного бізнесу ТОВ «Тайський Привіт»; охарактеризував систему підбору персоналу при відкритті підприємства; визначив платформи, де суб'єкт підприємницької діяльності розміщує інформацію про вакантні пропозиції.

У роботі запропоновано канали розміщення інформації про вакантні місця, розроблено етапи хедхантингу для досліджуваного підприємства, а також сформовано кошторис витрат запропонованих заходів та розраховано термін окупності пропозицій.

Випускна кваліфікаційна робота оформлена відповідно до встановлених вимог, є кваліфікованою випусковою працею і рекомендується до захисту в екзаменаційній комісії.

11. Керівник випускної кваліфікаційної роботи

_____ (підпис, дата)

12. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента Гріпас Б.Ю.
(прізвище, ініціали)
може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми _____ Ткачук Т.М.
(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____ Бойко М.Г.
(підпис, прізвище, ініціали)

«___» _____ 20__ р.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. МОНІТОРИНГ СИСТЕМИ ВІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ В РЕСТОРАНІ «ТАЙСЬКИЙ ПРИВІТ», М. КИЇВ	9
1.1. Аналіз діяльності підприємства.....	9
1.2. Характеристика системи відбору персоналу ресторану «Тайський привіт».....	20
РОЗДІЛ 2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ХЕДХАНТИНГУ В СИСТЕМІ ВІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ В РЕСТОРАНІ «ТАЙСЬКИЙ ПРИВІТ», М. КИЇВ	24
2.1. Розробка пропозицій щодо процесу хедхантингу в ресторані «Тайський привіт».....	24
2.2. Оцінка ефективності запропонованих заходів.....	35
ВИСНОВКИ	37
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	39

ВСТУП

Актуальність теми. Хедхантинг став невід'ємною частиною сучасної системи підбору персоналу, особливо ресторанної індустрії. Цей метод активного пошуку та набору талановитих, висококваліфікованих працівників дозволяє ресторанам виділитися в конкурентному середовищі та створити команду, здатну забезпечити високу якість обслуговування та успіх бізнесу. Роль хедхантингу в системі підбору персоналу відіграє значну роль для успішного функціонування ресторанного бізнесу в цілому.

Хедхантинг – звичайно, не новітній, але все-таки мало розповсюджений і разом з тим перспективний спосіб підбору особливо коштовних фахівців. На сьогоднішній день це, мабуть, найефективніша технологія, що сформувалася у відповідь на потребу в ексклюзивних кандидатах на позиції топ-менеджерів і ключових фахівців. Причому самі кандидати найчастіше не знаходяться в пошуку нової роботи, і потрібно чимало зусиль для того, щоб зацікавити їх розглядом кадрової пропозиції, не говорячи про те, щоб спонукати перемінити місце роботи.

Хедхантинг – один з напрямків пошуку і відбору персоналу ключових і рідкісних спеціальностей, як по напрямку діяльності, так і за рівнем професіоналізму. У числі найважливіших факторів виробництва можна виділити трудові ресурси, що припускають використання визначених методів підбору й оцінки персоналу, орієнтованих у більшому ступені на високопрофесійних фахівців.

Однією з ключових переваг хедхантингу у ресторанній індустрії є можливість залучити талановитих працівників, які вже мають досвід роботи в успішних ресторанах. Це дозволяє прискорити процес адаптації нових працівників та гарантувати покращену якість обслуговування із самого початку.

Мета роботи – дослідження практичних аспектів та розроблення практичних рекомендацій щодо системи відбору персоналу підприємства ресторанного бізнесу.

Для досягнення зазначеної мети були поставлені наступні **задачі**:

- здійснити аналіз діяльності підприємства;
- охарактеризувати систему відбору персоналу ресторану «Тайський привіт»;
- розробити пропозиції щодо процесу хедхантингу в ресторані;
- оцінити ефективність запропонованих заходів.

Об'єкт дослідження – процес хедхантингу в системі відбору персоналу ресторану «Тайський привіт», м. Київ.

Предмет дослідження – теоретичні та практичні аспекти використання хедхантингу в системі відбору персоналу суб'єкта ресторанного бізнесу.

Методи дослідження. Основними методами дослідження в роботі є загальнонаукові методи (аналіз, синтез, індукція), які були застосовані при моніторингу діяльності суб'єкта ресторанного бізнесу; методи наукового спостереження та опису – при дослідженні технологій операційної діяльності підприємства; метод порівняння – при розрахунку ефективності запропонованих заходів по хедхантингу.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел із 17 найменувань та додатків. Загальний обсяг роботи становить 41 стор., на яких представлено 6 таблиць та 9 рисунків.

РОЗДІЛ 1

МОНІТОРИНГ СИСТЕМИ ВІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ В РЕСТОРАНІ «ТАЙСЬКИЙ ПРИВІТ», М. КИЇВ

1.1. Аналіз діяльності підприємства

«Тайський Привіт» є мережею ресторанів в Україні. До мережі входить три ресторани, які знаходяться в м. Київ. Концепція закладу «Тайський Привіт» – це куточок азіатської кухні в центрі міста. Ресторан розташований поблизу історичного центру, в декількох хвилинах від основних визначних місць. Підприємство ресторанного бізнесу зберігає смак та традиції східної культури.

Ресторан має архітектурні особливості, а саме колонади, які оточують будівлю. Поміж колонадами розташована зона відпочинку для гостей, а у центрі розташована відкрита кухня, нагадуючи знаменитий нічний ринок у Таїланді. При вході розташована дерев'яна конструкція, яка складається з трьох секцій. Дві з них функціонують як кімнати для чайних церемоній, а третя секція виконує роль масажної кімнати, яка є однією з головних особливостей ресторану і популярним місцем серед відвідувачів.

Застосовані в інтер'єрі ресторану матеріали та текстури є природними, зокрема використовується дерево, лоза, глина та метал. Деякі меблі, такі як металеві столи та крісла з ротангу, були придбані на ринку в Парижі, а стільці Thonet знаходилися в різних куточках Німеччини та Франції. Барні стільці з алюмінію були придбані на аукціоні, а плетені меблі були привезені з Лондона. Частину меблів виготовили місцеві майстри у Києві, зокрема дерев'яні столи та конструкцію чайних кімнат. Елементи старовинного та етнічного декору були придбані в Таїланді, включаючи вінтажний дверний портал, етнічні скульптури міфологічних божеств, старовинні вентилятори, дерев'яні ступи, керамічні та металеві вироби ручної роботи. Неподалік від села Чаїнг Майя вдалося знайти унікальний об'єкт, який став символом ресторану – гіпсову фігуру тигра. Вона виконана в примітивному грубому стилі сучасними тайськими майстрами та створює чудовий контраст з важкими старовинними вінтажними предметами.

Усередині ресторану є багато настінного декору. Зокрема, на фотографіях та плакатах зображена особистість короля Таїланду, яка є невід'ємною частиною будинків тайців. Більшість фотографій та плакатів були придбані на ринку Чатучак. Ресторан складається з двох блоків: технологічного блоку, де здійснюються кулінарні процеси, та основного блоку, в якому розташована відкрита кухня, яка інтегрована у загальний простір, що дозволяє гостям спостерігати за процесом готування страв.

Таким чином, ресторан «Тайський Привіт» впроваджує оригінальну концепцію, яка включає архітектурні особливості, використання природних матеріалів та декору, а також забезпечує відкритий простір для спостереження за процесом готування їжі, створюючи неповторну атмосферу для своїх відвідувачів.

Засновники ресторану кажуть, що «Тайський привіт» – гастрономічний телепорт в Таїланд в центрі м. Київ. За автентичність смаків кожної страви відповідає шеф-кухар Ча. «Тайський Привіт» – це чесна тайська їжа, дикий чай з джунглів, натуральне вино і справжній тайський масаж, яким можна насолодитися прямо в ресторані. Детальна інформація про заклад відображена у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Інформація про заклад

Тип закладу	Ресторан
Кухня	Азіатська, Тайська
Адреса	Чеховський провулок, 2
Часи роботи	12:00 – 22:00
Спеціалізоване меню	Вказані алергени, гостре/негостре, десерти, винна карта, холодні напої
Сайт	https://thailandhi.privet.delivery
Наявність парковки	Є, безкоштовна
Середній чек на 1 людину	≈500 UAH
Чи є доставка	Так
Кількість посадкових місць	40 + 20 (40 у залі + 20 на літній терасі)

Джерело: узагальнено автором на основі [6]

З таблиці 1.1 можемо зробити висновок, що заклад працює з 12:00 до 22:00 кожного дня; має свій сайт та доставку; у меню вказані алергени та

гострота страви; є безкоштовний паркінг. У розпорядженні ресторану одна основна зала та літня тераса, загалом приблизно 70 посадкових місць. Середній чек у закладі для однієї особи ≈ 500 гривень.

Для об'єктивної оцінки господарської діяльності закладу ресторанного господарства «Тайський Привіт» проведено аналіз фінансово-економічної діяльності підприємства, що дозволяє об'єктивно оцінити ефективність роботи закладу в галузі ресторанного господарства.

Отримання прибутку в результаті господарської діяльності – кінцева мета будь-якого підприємства ресторанного господарства. Управління прибутком знаходяться в центрі економічної діяльності закладу ресторанного господарства «Тайський Привіт», м. Київ. Динаміка прибутку даного підприємства представлено в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

**Динаміки виробничо-господарської діяльності ресторану
«Тайський Привіт» за 2020-2022 рр.**

Показник	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Відхилення (+/-)	Темпи (%)
Дохід (виручка від реалізації) тис. грн	5200,0	6322,0	5700	-622,0	-10,91
Чисельність працівників, чол.	20	24	24	+0	+0
Виручка від реалізації на 1 працівника, тис, грн.	260	263,4	262	-1,4	-0,53
Витрати:					
- сума, тис. грн.	882	990	1500	+510	+34
- рівень, %	18,5	19,5	20,5	+1	+4,87
Прибуток:					
- сума, тис. грн.	2100	2320	1500	-820	-54,6
- рентабельність, %	44,8	45,3	100	+54,7	+54,7
Платежі у бюджет, тис.грн.	521,0	562,0	519	-43	-8,29
Чистий прибуток:					

- сума, тис. грн	1625,0	1722,0	1575	-147	-9,3
- рентабельність, %	35,8	36,0	35	-1	-2,86
Коефіцієнт концентрації власного капіталу	0,15	0,23	0,20	-0,03	-15
Коефіцієнт фінансової залежності	10	10,3	10	-0,3	-3
Загальний коефіцієнт ліквідності	0,8	1,6	0,9	-0,7	-77,7
Рентабельність власного капіталу, %	0,40	0,36	0,39	+0,03	7,69
Рентабельність реалізації, %	0,33	0,35	0,34	-0,01	-2,94
Рентабельність активів, %	0,1	0,1	0,1	-	-

Джерело: сформовано автором на основі [6]

Згідно даних цієї таблиці, можна зробити висновки що дохід ресторану за звітний період має тенденцію до збільшення на 21,5%, що спричиняє його зростання на кінець 2023 року на 1122,0 тис. грн. Чисельність працівників також зросла з 20 до 24 чол., або на 12 %, а виручка від реалізації в розрахунку на 1-го працівника збільшилася лише на 0,7 %.

Отже, можемо зробити наступні висновки:

1. чистий прибуток ресторану «Тайський Привіт» зріс з 1625,0 тис. грн. до 1722,0 тис. грн. або на 6,5 %. Рентабельність збільшилася на 0,9 %;
2. стосовно основних показників фінансової стабільності ресторану «Тайський Привіт» то є позитивні моменти, хоч і невеликі: зміни коефіцієнта концентрації власного капіталу і коефіцієнта фінансової залежності;
3. якщо говорити про загальні показники діяльності, то ресторан «Тайський Привіт» є прибутковим та ліквідним підприємством. Це дає

можливість ефективно працювати в майбутньому і покращувати основні фінансово-економічні показники діяльності;

4. підприємство пережило кризу (COVID-19), продовжує функціонувати, лишається рентабельним та платоспроможним. Головним ресурсом та цінністю закладу лишається людський капітал, тобто команда ресторану.

Ресторан «Тайський Привіт» здійснює свою діяльність керуючись принципами господарського розрахунку, самоокупності та самофінансування. Заклад самостійно планує свою діяльність, а також визначає перспективи розвитку та пріоритетні напрямки.

Управління рестораном здійснюється та призначеним ним уповноваженою особою – директором. Ця людина підкорюється засновникам та займається організацією виконання їх рішень. Директор діє від імені закладу, представляє його в усіх установах, підприємствах та організаціях в Україні, також видає довіреності від імені підприємства на вчинення дій, які він відповідно до своєї компетенції вправі робити. На рис. 1.1. відображено організаційну структуру управління підприємства.



Рис. 1.1. Організаційна структура управління ресторану «Тайський Привіт»

Джерело: побудовано автором на основі власних спостережень

Для досягнення цілей підприємства необхідна плідна спільна праця всього колективу. У ресторані функціонує чіткий розподіл праці, створені необхідні спеціальні умови, запроваджена певна ієрархія посад і це забезпечує

закладу внутрішню стабільність та є запорукою порядку у роботі ресторану, що забезпечує максимальну ефективність.

Для правильної господарської діяльності ресторан використовує трудові, матеріальні та фінансові ресурси, які використовуються в торговельно-технологічних процесах, споживаються та перетворюються у витрати. Тим часом, витрати утворюються в процесі формування та використання ресурсів для досягнення головної мети – надання необхідних послуг споживачам.

Плинність кадрів і продуктивність праці працівників є важливими аспектами ефективності ресторанного бізнесу. Ідеальною ситуацією вважається, коли персонал задоволений роботою, отримує високу заробітну плату і виявляє бажання працювати у закладі, може сприяти покращенню роботи ресторану та підвищенню загальної якості обслуговування.

Ось деякі фактори, які можуть сприяти зниженню плинності кадрів і підвищенню продуктивності праці висококваліфікованих працівників ресторану:

1. конкурентоспроможна заробітна плата: забезпечення справедливої та конкурентоспроможної заробітної плати є важливим фактором, який спонукає працівників задоволено виконувати свої обов'язки і залишатися в компанії;
2. створення комфортних умов праці: забезпечення комфортного робочого середовища, яке включає чистоту, безпеку, адекватне освітлення та інші необхідні умови, сприяє покращенню задоволеності працівників;
3. професійний розвиток: надання можливостей для професійного розвитку, навчання та підвищення кваліфікації співробітників може збільшити їхню продуктивність та задоволення від роботи;
4. визнання та мотивація: регулярне визнання та похвала за досягнення, а також надання мотивуючих стимулів, наприклад, бонусів або премій, можуть стимулювати працівників до більш продуктивної праці;
5. комунікація та залученість: встановлення ефективної комунікації між керівництвом і працівниками, залучення їх до прийняття рішень і врахування їхньої думки може збільшити відчуття власної цінності та

залученості до роботи.

Ці фактори спільно допоможуть знизити плинність кадрів, підвищити продуктивність праці та створити сприятливу робочу атмосферу, де працівники будуть задоволені своєю роботою та матимуть бажання залишатися в ресторані «Тайський Привіт».

Контингент споживачів. Ресторан «Тайський привіт» має різноманітний контингент клієнтів, які приходять туди з різних причин. Ось кілька категорій клієнтів та їх мотивація для відвідування цього ресторану:

1. Любителі тайської кухні: багато людей відвідують ресторан «Тайський привіт» через своє захоплення аутентичною та смачною тайською кухнею. Вони цінують унікальний смак, аромати та натуральні інгредієнти, що використовуються в тайських стравах;

2. Любителі екзотичного досвіду: ресторан «Тайський привіт» пропонує не тільки смачну їжу, але й атмосферу, яка переносить гостей у тайський світ. Екзотичне оформлення, музика, відповідний декор та обслуговування допомагають створити унікальний досвід для клієнтів, які шукають нові враження і відчуття;

3. Споживачі, які шукають альтернативні варіанти харчування: деякі клієнти ресторану «Тайський привіт» можуть бути вегетаріанцями, веганами або людьми, які мають особливі дієтологічні потреби. Тайська кухня відома своїми багатими вегетаріанськими та веганськими варіантами, а отже, такі клієнти знаходять тут відповідні страви, які задовольняють їхні потреби;

4. Організація особливих подій та святкувань: ресторан «Тайський привіт» може бути місцем вибору для особливих подій, таких як дні народження, ювілеї, корпоративні вечірки, романтичні вечери або перші побачення. Клієнти, які бажають святкувати особливі моменти у житті, знаходять тут затишну атмосферу та смачну їжу.

Ці різноманітні групи клієнтів знаходять свою мотивацію для відвідування ресторану «Тайський привіт» у аутентичній тайській кухні, екзотичному досвіді, варіативних дієтологічних варіантах та можливості організації особливих подій. Отже, розглянемо детальніше на рисунку 1.2 у

вигляді діаграми вікову складову клієнтів закладу.

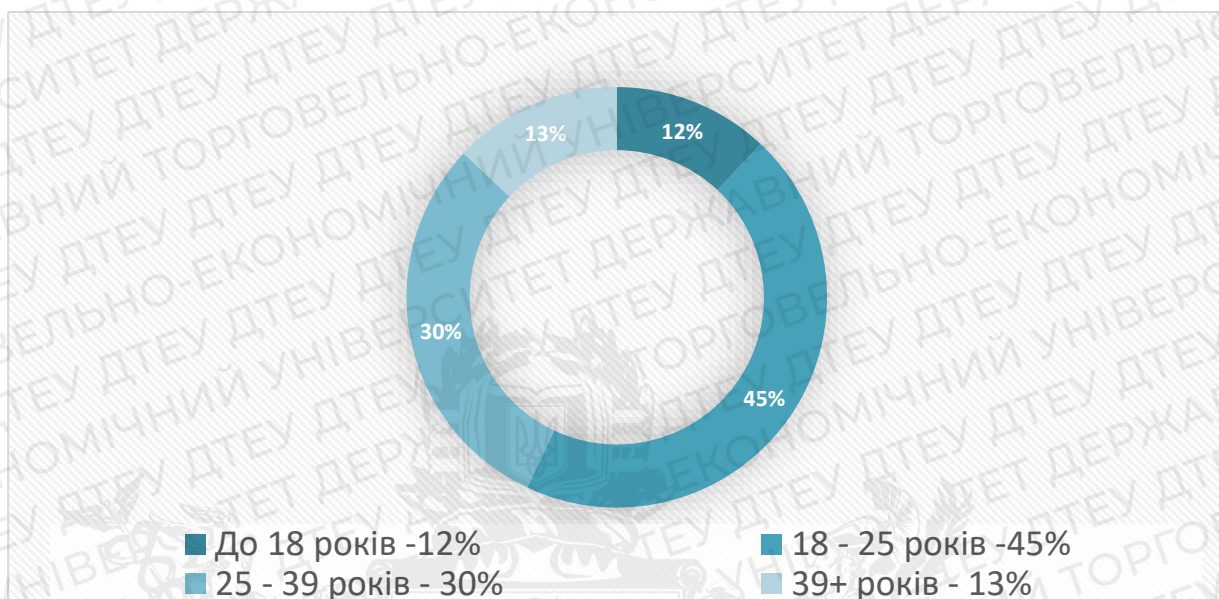


Рис. 1.2. Цільова аудиторія споживачів ресторану «Тайський привіт» за віковою категорією

Джерело: побудовано автором на основі власних спостережень

З рис. 1.2 можемо зробити висновок, що ресторан «Тайський привіт» – заклад, який спрямований на молодь. Зазвичай, заклади вищого рівня, як «Тайський привіт», мають різноманітний контингент споживачів різного віку. Молоді люди можуть відвідувати ресторан для проведення зустрічей з друзями або романтичних вечорів. Середнього віку люди можуть відвідувати його для сімейних обідів або особливих подій. Старші споживачі можуть відвідувати ресторан для спокійної вечери чи ділових зустрічей. Розглянемо кожен з категорій детальніше :

1. Молоді відвідувачі: за даними, 45% відвідувачів належать до вікової групи 18-25 років. Це вказує на популярність ресторану серед молоді. Молоді люди, зазвичай, шукають нові експерименти і ресторан «Тайський привіт» може відповідати їхнім потребам в екзотичному досвіді та смачній тайській кухні. Ресторан може привернути ще більше молодих клієнтів, пропонуючи спеціальні промоакції, знижки або вечірки;

2. Клієнти середнього віку: за даними, 30% відвідувачів належать до вікової групи 25-39 років. Ця група може бути складнішою аудиторією, оскільки вони можуть мати більш високі вимоги до якості обслуговування та страв. Проте, зростаюча популярність тайської кухні може сприяти залученню клієнтів цієї вікової групи. Ресторану слід забезпечити високу якість страв, приємну атмосферу та професійне обслуговування для залучення та утримання цих клієнтів;

3. Дорослі відвідувачі: за даними, 13% відвідувачів належать до вікової групи 39+ років. Ця група може бути більш консервативною та вибірковою щодо ресторанів. Ресторану «Тайський привіт» може бути корисною стратегія, спрямована на привертання цієї групи, така як пропозиції спеціальних меню для дорослих, вечірки з живою музикою або тематичні заходи, які відповідають їхнім інтересам;

4. Робота зі всіма віковими групами: хоча деякі групи можуть бути більш численними, важливо не забувати про всі вікові групи і забезпечити відповідні умови для всіх клієнтів. Різноманітність вікових груп може створити багатогранність та різноманітність атмосфери в ресторані, що може бути привабливим для широкої аудиторії.

Враховуючи поданий аналіз, ресторан «Тайський привіт» можна розробити маркетингові стратегії, спрямовані на привернення та задоволення різних вікових груп клієнтів. Наприклад, спеціальні акції для молоді, акцент на якість та розмаїття страв для клієнтів середнього віку, а також заходи та пропозиції для дорослих. На рисунку 1.3 відображено структура споживачів ресторанних послуг.

З цього рисунка ми можемо зробити висновки:

1. Висока лояльність клієнтів: наявність значної кількості постійних клієнтів свідчить про високу лояльність до ресторану. Ці клієнти, ймовірно, задоволені якістю їжі, обслуговуванням та загальним досвідом, що вони отримують у ресторані. Це може бути результатом вдалих маркетингових зусиль, відмінної якості продуктів і послуг, а також позитивного репутації серед постійних клієнтів;

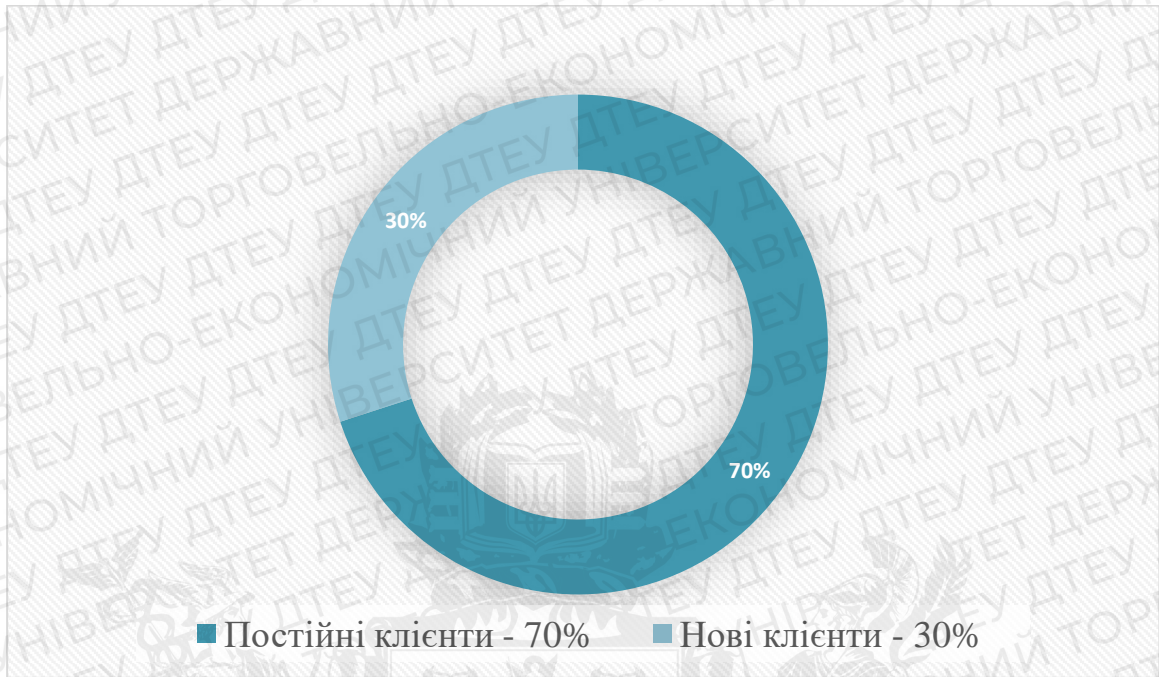


Рис. 1.3. Структура споживачів ресторанних послуг «Тайський привіт» станом на травень 2023 р.

Джерело: побудовано автором на основі власних спостережень

2. Важливість залучення нових клієнтів: наявність нових клієнтів у ресторані є показником здатності привертати нову аудиторію і розширювати свою базу клієнтів. Це може бути результатом ефективних маркетингових стратегій, рекламних кампаній, акцій або рекомендацій від існуючих клієнтів. Ресторану варто звернути увагу на залучення нових клієнтів, пропонуючи їм стимули, такі як знижки на перше відвідування або програму лояльності;

3. Удосконалення сервісу для збереження постійних клієнтів: зважаючи на значну кількість постійних клієнтів, ресторану важливо продовжувати забезпечувати високий рівень обслуговування та якості страв. Постійним клієнтам можуть бути запропоновані додаткові переваги, такі як спеціальні пропозиції, бонуси, привілеї або особистий сервіс, що підкреслює їхню важливість для ресторану;

4. Аналіз нових клієнтів для розуміння причин їх відвідування: важливо проаналізувати нових клієнтів, їх мотивацію та причини вибору ресторану «Тайський Привіт». Це може допомогти виявити нові тренди,

потреби або побажання аудиторії. Наприклад, можливо, нові клієнти зацікавлені в екзотичному досвіді, тайській кухні або спеціальних акціях. Результати аналізу можуть бути використані для покращення маркетингових стратегій та персоналізації обслуговування.

Загалом, постійні клієнти є важливим активом для ресторану «Тайський привіт», оскільки вони підтримують стабільність та дохідність закладу. Привертання нових клієнтів відкриває можливості для зростання та розширення. Аналіз та розуміння динаміки між цими двома групами може сприяти ефективному управлінню рестораном та розвитку стратегій для забезпечення задоволення всіх клієнтів.

1.2. Характеристика системи відбору персоналу ресторану «Тайський привіт»

Процес створення меню та концепції ресторану був насиченим і ретельно продуманим. З метою глибокого занурення у тайландську культуру і кулінарію, команда ресторану здійснили поїздку до Таїланду. Під час цієї подорожі вони провели безліч співбесід з місцевими тайськими кухарями, проживали та навчалися у прекрасному Ае в Чіангмаї, а також працювали у вуличних кафе у Бангкоку та перебували на кухні «кафе зі шпіцем» в Чалокламі.

Крім того, активно здобували знання та рецепти, збагачуючи свою кулінарну палітру. Під час подорожі команда змогла накопичити сотні рецептів у придорожніх макашницях, ресторанах та на базарах. Окрім того, засновники привезли до м. Київ видатного бренд-шефа Пріча Кхантукха, що відомий також під псевдонімом Ча.

Михайло Кацурін, засновник ресторану, здійснив подорож до Таїланду з метою поглиблення своїх знань про місцеву культуру та кухню. Цей процес включав багато співбесід та роботу на місцях, щоб отримати глибше розуміння місцевих звичаїв і традицій, а також навчитися вишуканим нюансам тайської кухні.

Спілкуючись з тайськими кухарями, Михайло проникав у світ їхньої кулінарної майстерності. Він задавав їм питання, щодо рецептів, інгредієнтів та методів приготування, з метою отримання вичерпної інформації про секрети та традиції тайської кухні. Результатом його зусиль була унікальна концепція ресторану, яка не тільки передає основи тайської кухні, але й відтворює місцеві звичаї та атмосферу. Цей заклад є не просто місцем, де подають страви Таїланду, але і джерелом, що розкриває перед гостями непересічну культурну спадщину цієї країни.

Всім претендентам було запропоновано приготувати десять страв, з яких вісім повинні бути типовими для ресторану, а дві – особистими рецептами. Крім того, було заборонено використовувати будь-які інгредієнти, які вони не виготовили самостійно. Ця вимога була поставлена з метою переконатися, що кожен претендент вміє приготувати страву повністю самостійно, від початку до кінця.

Додатково, ресторатор зіткнувся з проблемою, що більшість азіатських країн використовують глутамат натрію як хімічний підсилювач смаку. Однак, в нашому ресторані ми уникаємо використання цього інгредієнта, оскільки він викликає обурення серед місцевого населення. Тим не менш, для місцевих жителів додавання глутамату натрію в страви є нормою, аналогічно до солі чи перцю.

Після прибуття до Києва, шеф-кухар Ча, який був присутній на першому етапі співбесід Михайла в Таїланді, активно вступив до роботи в ресторані. Ча, окрім своїх гастрономічних навиків, також проявився як доброзичлива та приваблива особистість. Незважаючи на обмежену кількість англійських слів, якими він володів - близько десяти, це не завадило йому приготувати виключно смачні страви. Михайло, крім співбесід, здійснював стажування в різних місцевих ресторанах та придбавав рецепти у торговців вуличної їжі. Цей процес дав йому значний навантажений багаж знань та досвіду.

Окрім шеф-повара, для успішної роботи ресторану потрібен багатий персонал різних позицій. Однак Михайло зрозумів, що не вдасться створити команду, яку він мав на увазі, оскільки він занадто зосередився на гостях, і не

враховував потреби своїх працівників. Він переглянув свій підхід до роботи, звільнившись від класичного принципу «гість завжди правий». Тепер для нього команда стала головним пріоритетом. Він почав дбати про своїх працівників, надаючи їм можливість майже безкоштовно розвиватися, оплачуючи велику частину вартості обраних курсів. Крім того, він провів реорганізацію, позбувшись всього, що заважало розвитку команди. Михайло розробив конституцію для персоналу, яка стала основою для набору нових працівників, спираючись на ці принципи.

У ресторані «Тайський Привіт» система підбору персоналу складається з кількох етапів, які можна описати наступним чином:

1. Перший етап - написання есе на тему: «Що людина може дати Привіт, та що Привіт може дати їй». Цей етап виступає як первинний фільтр, за допомогою якого можна оцінити письмові навички та почуття гумору кандидата.
2. Другий етап - заповнення анкети з абстрактними та нетрадиційними запитаннями. Наприклад, кандидату пропонується прокоментувати цитату Конфуція: «Все не те, чим здається і не навпаки». Це дозволяє спостерігати реакцію кандидата та оцінювати його творчий підхід до завдання.
3. Третій етап - співбесіда з представниками відділу кадрів та представником від відділу, в якому кандидат планує працювати. Наприклад, кандидат на посаду офіціанта проходить співбесіду з представником відділу кадрів та офіціантом. Цей етап дозволяє оцінити професійні навички та взаємодію з колегами.
4. Фінальний етап - співбесіда з власником ресторану. Михайло проявляє інтерес до особистого життя кандидата, його друзів, проведення вільного часу, літературних та музичних уподобань. Першочерговою увагою ресторатора є оцінка приємності спілкування з кандидатом.

Одним з важливих положень конституції ресторану є готовність до змін. Михайло вірить, що ресторанний бізнес є динамічним, і він особисто насолоджується можливістю експериментувати та впроваджувати нові ідеї.

Характеристика складу персоналу ресторану «Тайський привіт»

№	Посада	Кількість працівників
1	Директор	1
2	Адміністратор	2
3	Бухгалтер	1
4	Бухгалтер-касир	2
5	Завгосп	1
6	Шеф-кухар	1
7	Кухар	2
8	Помічник кухаря	2
9	Офіціант	10
10	Двірник	1

Джерело: побудовано автором на основі власних спостережень

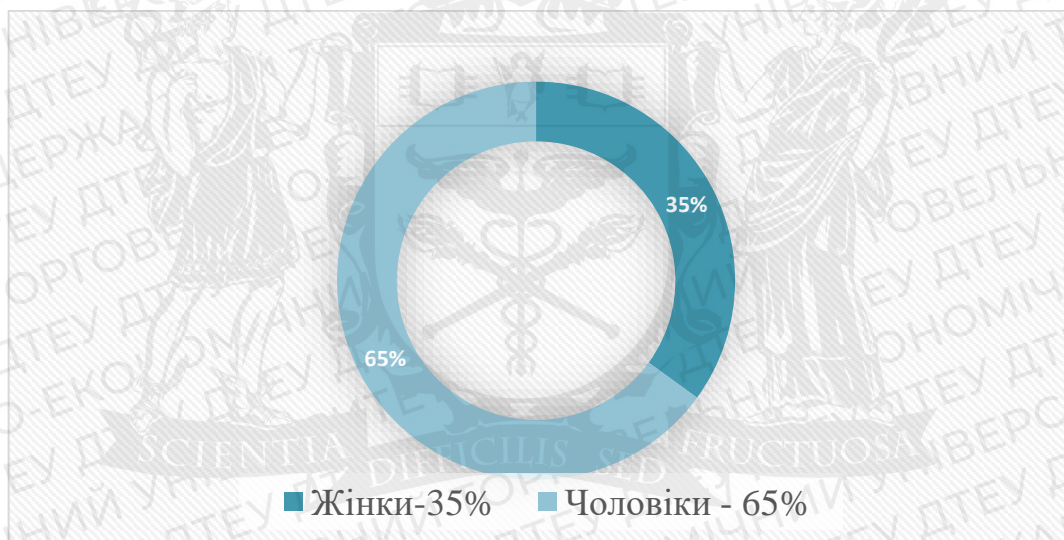


Рис. 1.4. Відсоткове співвідношення працівників ресторану «Тайський Привіт»

Джерело: побудовано автором на основі власних спостережень

Для проведення аналізу персоналу закладу ресторанного господарства «Тайський привіт» розглянемо склад персоналу ресторану, який наведений у таблиці 1.2.

Загальна чисельність працівників у підприємстві ресторанного типу «Тайський Привіт» на 2022 рік склала 24 працівника. Персонал переважно чоловічий (рис. 1.4). Більшість працівників ресторану мають досвід роботи більше 3 років. Середній вік персоналу 28 років.

РОЗДІЛ 2

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ХЕДХАНТИНГУ В СИСТЕМІ ВІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ В РЕСТОРАНІ «ТАЙСЬКИЙ ПРИВІТ», М. КИЇВ

2.1. Розробка пропозицій щодо процесу хедхантингу в ресторані «Тайський привіт»

У практиці вітчизняного господарювання останнім часом все частіше застосовуються нові технології відбору персоналу, технології, які з'явилися і набули свого розвитку ще у середині 50-х років минулого століття у розвинутих країнах Заходу. По мірі формування українського ринку праці, розвитку його інфраструктури технологія хедхантингу стає усе більше затребувана спільними підприємствами, іноземними компаніями, що прийшли в Україну і зрештою вітчизняними підприємствами. Особливе місце у зовнішніх технологіях хедхантингу відводиться підбору керівного складу підприємства.

Підбір керівників вищої управлінської ланки (директора, бренд-шефа) має свою специфіку і більшу важливість у порівнянні з підбором керівників середньої управлінської ланки (адміністратора, менеджера) або масовим набором працівників. Це зумовлено тим, що нерідко саме керівник визначає стратегічний напрямок розвитку організації і саме від його компетентності, досвіду, інтуїції залежить успішність, конкурентоспроможність та процвітання його компанії. Загалом, зміна керівництва на підприємстві призводять до того, що бізнес невдовзі не тільки переставав бути збитковим, а і переходив у лідери конкурентного середовища. Саме тому вивчення зарубіжного досвіду щодо технологій пошуку і залучення у організацію найкращих керівників і спеціалістів є сьогодні важливим для України, тим більше актуальність його зростає в умовах кризи, яку зараз переживає національна економіка.

У економічній літературі, присвяченій проблемам управління персоналу, можна зустріти такі види технологій зовнішнього підбору персоналу як: executive search, хедхантинг, middle selection, скрінінг та ін.

Перші дві стосуються підбору керівників вищої управлінської ланки та

особливо рідкісних спеціалістів потрібних певній компанії. Дві останні — технології підбору керівників та спеціалістів середнього рівня управління, кваліфікованих робітників, допоміжного і обслуговуючого персоналу. Executive search – технологія підбору керівників вищої управлінської ланки і рідкісних спеціалістів без публікації об'яв про вакансії у засобах масової інформації.

До керівників вищої управлінської ланки (топ-менеджерів) зазвичай відносять: генерального директора, комерційного директора, директора з продажів, фінансового директора, директорів з виробництва, маркетингу, інформаційних технологій, розвитку персоналу. Окрім executive search у технологіях підбору персоналу виділяють також технологію Middle selection — під якою розуміють підбір персоналу середньої ланки. Часто технологію підбору персоналу середньої ланки ототожнюють з рекрутингом, в якому активно використовуються Інтернет-ресурси й елементи прямого пошуку.

Хедхантинг гарантує дуже високу імовірність підбора потрібного компанії фахівця. Однак застосування даної технології зв'язано з великими фінансовими, тимчасовими і трудовими витратами, тому важливо правильно оцінювати доцільність її використання.

Персонал компанії є найважливішою складовою при проведенні реструктуризації. Від того, як використовується інтелектуальний потенціал працівників, багато в чому залежить розвиток компанії і її положення на ринку.

Важливо відзначити, що поряд з хедхантингом використовується прямий пошук персоналу. Ці поняття орієнтовані на підбор і оцінку персоналу, але разом з тим між ними є істотні розходження, що далі і розглянемо.

У цілому, прямий пошук являє собою цілеспрямований підбір кандидатів на ключові позиції менеджерів середньої і вищої ланки, тобто працівників, від діяльності яких, залежить досягнення кінцевих результатів діяльності компанії. Прямий пошук персоналу полягає у виявленні потреб потенційного кандидата на посаду, визначенні списку претендентів, установленні контактів, проведенні співбесіди.

Головна відмінність прямого пошуку від інших методів підбору персоналу – відсутність оголошень про вакансію в засобах масової інформації.

У тому випадку, коли стають неефективними інші методи підбору й оцінки персоналу, у тому числі прямий пошук, тоді і виникає необхідність задіяти хедхантинг. Отже, хедхантинг – це популярний і затребуваний вид діяльності. Важливо підкреслити, що хедхантинг – досить відомий вид бізнесу, особливо закордоном.

З'явилися компанії з хедхантингу, спеціалізуються на категоризації працівників відповідно до галузей промисловості. На початкових етапах розвитку цього виду бізнесу найбільш популярною послугою було підбирання персоналу на постійні посади. Однак, в сучасній практиці кадрових агентств виявляється можливість підбору тимчасового персоналу.

Досліджуючи хедхантинг, необхідно відзначити, що даний напрямок в області підбору персоналу певним чином сполучено з юридичними питаннями, у частині дотримання договірних відносин між потенційним працівником і підприємством.

Технологія залучення персоналу у закладах ресторанного господарства в Україні більш детально продемонстрована на рисунку 2.1.

З цієї діаграми ми розуміємо, що в Україні досить консервативний вид залучення персоналу. Але все частіше з'являються нові заклади ресторанного господарства, які закликають персонал на працю до себе все новітнішими способами, в тому й ж числі за допомогою хедхантингу. Приблизно 20% кадрових агентств використовують хедхантинг як основний метод підбору і добору кандидатів. З них тільки третина агентств спеціалізується винятково на даній технології.

Практична реалізація процедур хедхантингу має ряд недоліків і проблем. Основні з них: відсутність професійної підготовки хедхантерів, висока вартість хедхантингових послуг, неоднозначне відношення роботодавців до даної технології, розуміння хедхантингу як одноразового акта переманювання фахівця, відсутність єдиних критеріїв оцінки хедхантера й ін. Ріст популярності технології хедхантингу вимагає ефективного рішення цих проблем.

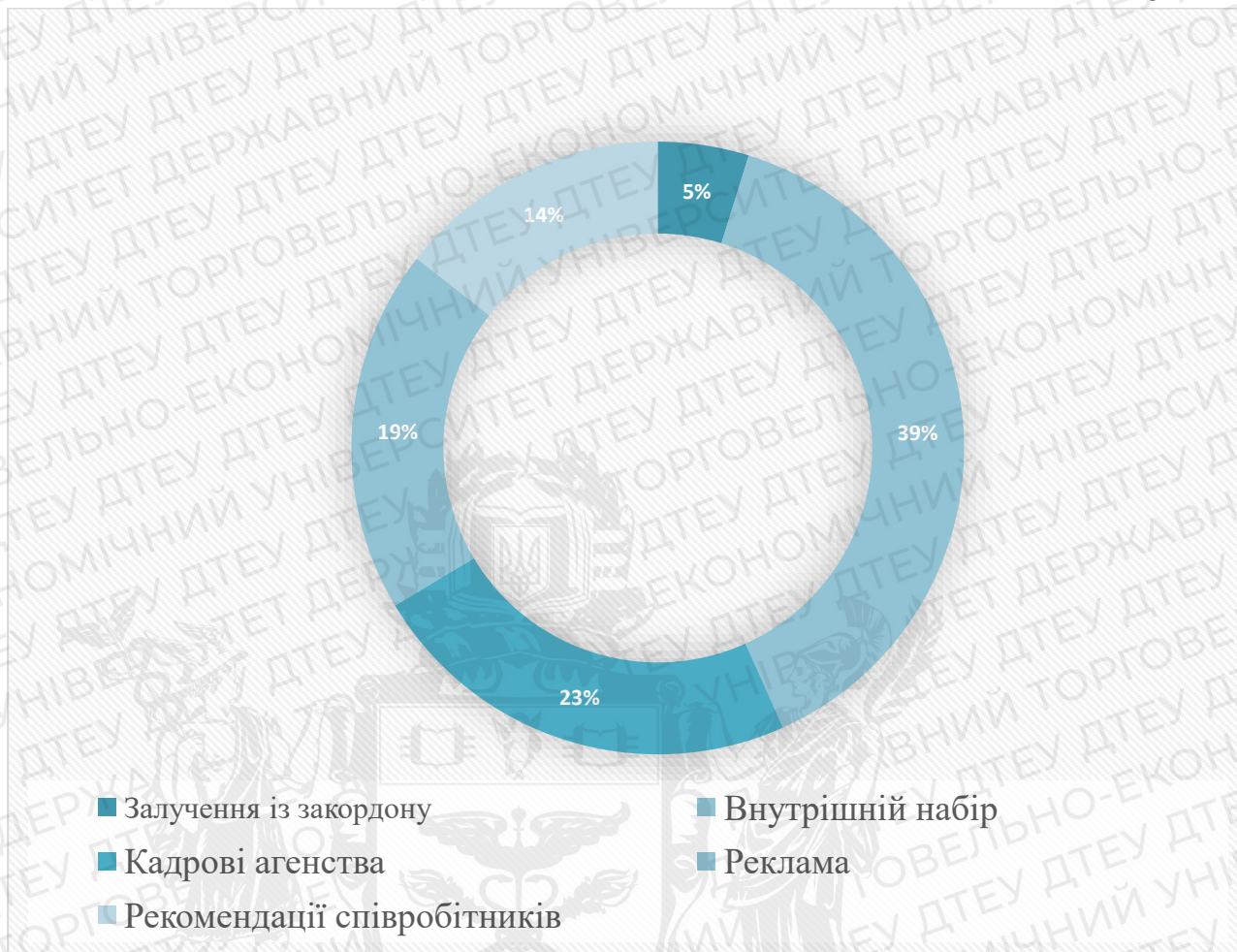


Рис. 2.1. Технологія залучення персоналу суб'єкта ресторанного бізнесу

Джерело: побудовано автором на основі [6]

Збиток від переманювання фахівців дуже високий. Часом хедхантери переманюють не одного фахівця, а цілі команди. Успішними є ті роботодавці, що можуть забезпечити працівникам максимально вигідні умови праці і створити продуктивне організаційне середовище: з чіткою структурою, ефективною системою мотивації, налагодженою схемою кар'єрного росту.

Для захисту від хедхантерів є доцільним не утримувати фахівця за допомогою зустрічної пропозиції (контроффера), а зайнятися розробкою системи довгострокової мотивації. Кар'єрне планування, програми підвищення лояльності, створення високоефективних команд – це дійсна високоточна зброя в битві за супер-кадри. Тому є пропозиція для закладу ресторанного господарства «Тайський привіт» використовувати такі методи підбору персоналу.

Вивчення методології хедхантинга показує, що на етапі дослідження ринку необхідних фахівців використовується в основному два методи: *networking* і *direct search*. *Networking* – «плетиво мереж» – полягає в тім, щоб через зв'язки консультанта вийти на необхідного фахівця. Іншими словами, агенту важливо знати ключових людей на ринку, що, у свою чергу, по ланцюжку можуть вивести на кандидата.

Найбільш популярним є *direct search*, чи «прямий пошук», при якому консультант разом із замовником визначає коло компаній, де може знаходитися потрібний фахівець. Потім окреслюється коло посад у цих компаніях, що підходять під існуючу вакансію, і формується пряма пропозиція фахівцям, що відповідають вимогам. Цю роботу супроводжує ретельний добір кандидатів по їх професійних і особистісних якостях, а також їхня мотивація.

Однак майстерність хедхантера полягає не тільки в тім, щоб знайти кандидата, здатного вирішити бізнес-задачі клієнта, але й у тім, щоб його зацікавити, зробити таку пропозицію, від якого кандидат не зможе відмовитися.

Представляється, що цей етап роботи хедхантера є найбільш важливим. По оцінках незалежних аналітиків, від 20% до 40% працівників компаній навідріз відмовляються навіть розглядати пропозиції інших роботодавців. Зрозуміло, що по-справжньому захопленого працівника досить непросто переманити грошима й іншими матеріальними благами, особливо якщо умови його роботи досить комфортні.

Повний цикл етапів процесу хедхантингу зображений на рисунку 2.2.

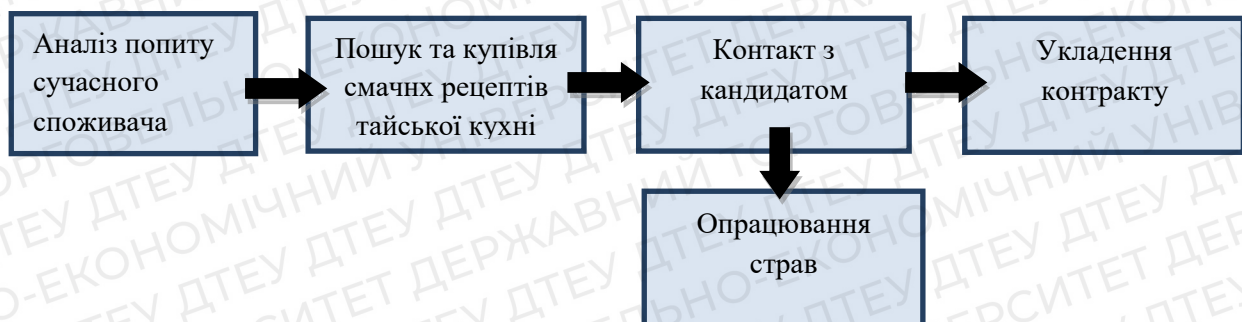


Рис. 2.2. Етапи хедхантингу для ресторану «Тайський Привіт»

Джерело: власна розробка автора

Якщо ж ключовий фахівець іде тільки тому, що йому запропонували більший компенсаційний пакет, керівнику це на користь: компанія позбулася працівника, що незабаром міг залишити, а його ефективність у цьому випадку була сумнівною. Для дійсного професіонала після досягнення визначеного рівня фінансів перестають грати першу і вирішальну роль. Лише близько 20% здобувачів готові поміняти роботу винятково по фінансових розуміннях. Найчастіше фахівцям високого рівня цікаві креативні ідеї, масштабні проекти, можливості професійного розвитку, творчий і кар'єрний ріст.

Зростають вимоги до нового персоналу через розвиток новітніх технологій. Задля успіху підприємство має дуже швидко та «гнучко» реагувати на зміни в економічному середовищі, вміти збільшувати або зменшувати обсяги виробництва в залежності від вимог ринку, або взагалі змінити свій продукт. Успіх сучасного підприємства залежить не стільки від продукту, як від персоналу, яке задіяне в операційній діяльності підприємства.

Хедхантингові компанії закордоном, наприклад в США, використовують метод «top grading» (відбір кращих), що позначає, що різниця між конкурентоздатним і неспроможним конкурувати бізнесом тільки в тому наскільки швидко підприємства знаходять кваліфікованих працівників. Тому хедхантингові компанії мають попит, через велику плинність кадрів у сфері ресторанного бізнесу.

Для того щоб правильно підібрати кандидата на посаду хедхантеру потрібно:

1. Дослідити динаміку ринку.
2. Тенденції розвитку ринку.
3. Зміни в трудових договорах.
4. Рівень заробітної плати.
5. Конкурентний ринок.

З точки зору маркетингу діяльність хедхантингу забезпечує конкурентоспроможність фахівця так і конкурентоспроможність фірми-роботодавця.

Внутрішніми факторами, які впливають на хедхантинг відбору персоналу

на підприємстві є моніторинг потреб у персоналі та визначення бажаних професійних компетентностей.

Одним з перших етапів є створення переліку критеріїв та вимог до потенційних кандидатів. До цього списку також треба віднести особисті характеристики. Це потрібно для визначення, чи підходить працівник до специфіки обраної посади.

За допомогою таких критеріїв, хедхантер дізнається про якість персоналу, про ті специфічні риси, які потрібні на роботі. Виходячи з цих критеріїв проводиться оцінка претендента на представлену посаду. Модель якості і конкурентоспроможності зображено на рисунку 2.3.

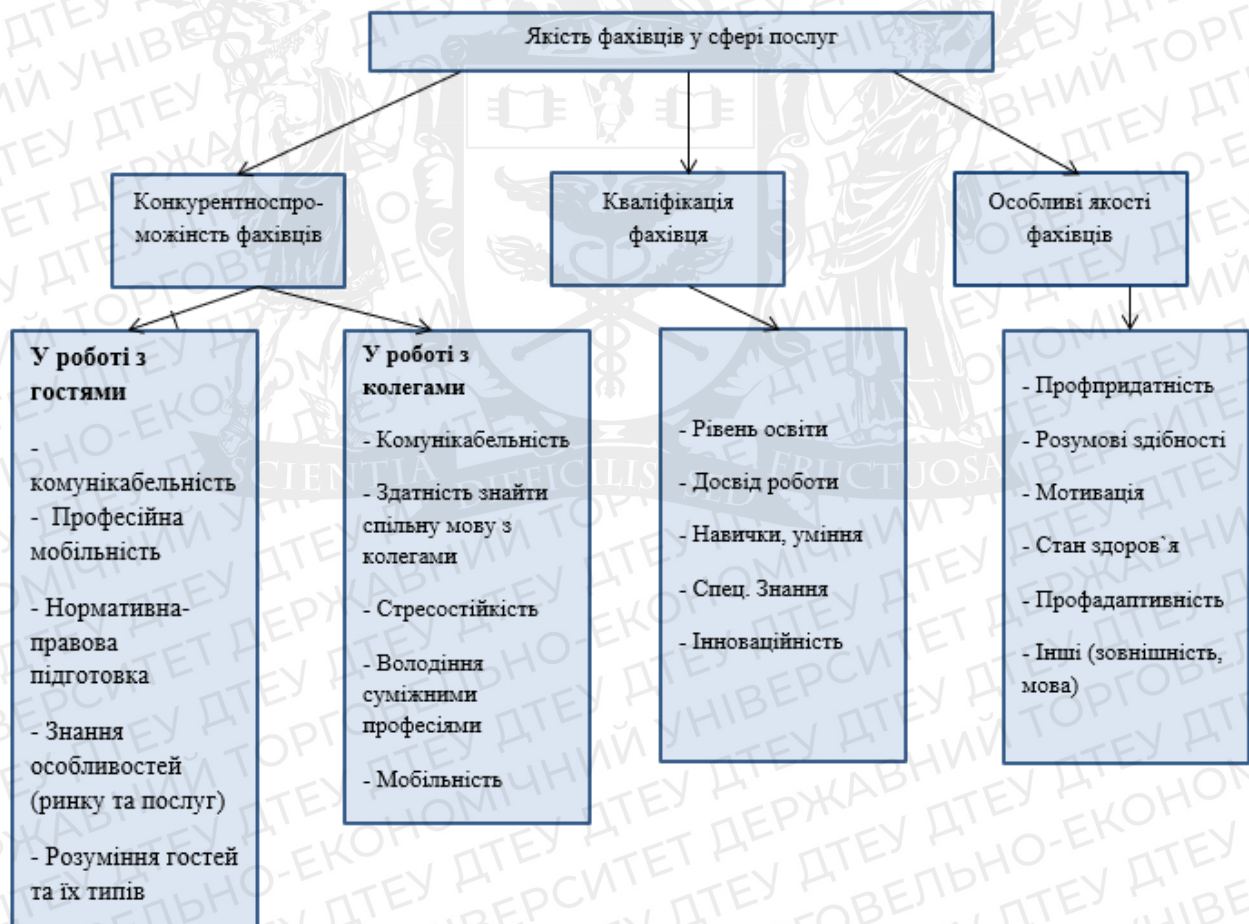


Рис. 2.3. Модель якості фахівців у сфері послуг

Джерело: сформовано автором

Визначивши джерела підбору персоналу розрізняють дві найпопулярніші техніки серед підбору кандидатів – це методи пасивного та активного пошуку.

Пасивний рекрутмен – це розміщення вакансій на сайтах. Ціллю цього

методу є розміщення оголошення, яке зацікавить потенційного кандидата звернутися за цією вакансією.

Таблиця 2.1

Канали розміщення вакансій підприємством «Тайський Привіт»

Канали поширення	Характеристика
Соціальні мережі	Facebook, Instagram
Професійні соціальні мережі типу LinkedIn	Допомагає для пошуку вузькокваліфікованих кандидатів
Бізнес-сніданки з керівниками структурного підрозділу	Якщо у вас є потенційна зірка в середині компанії
Рекомендації (по типу «приведи друга»)	Працює на будь-якій позиції. Залежить від лояльності персоналу

Джерело: сформовано автором

Таблиця 2.2

Пропозиції щодо каналів розміщення вакантних пропозицій

ТОВ «Тайський Привіт»

Канали поширення	Характеристика
Job portals (work.ua, робота.ua, hh.ua)	Найпопулярніші сайти для пошуку роботи та кандидатів
Зовнішня реклама (бігборди, вивіски, аудіо та відео реклама тощо)	Найбільша верогідність, що цю рекламу помітять
Соціальні мережі	Facebook, Instagram
Професійні соціальні мережі типу LinkedIn	Допомагає для пошуку вузькокваліфікованих кандидатів
Бізнес-сніданки з керівниками структурного підрозділу	Якщо у вас є потенційна зірка в середині компанії
Ярмарки вакансій, робота з ВУЗами	При наявності вільного графіку та часткової зайнятості
Створення професійних спільнот	Довгострокова перспектива, закріплення бренду роботодавця, популяризація підприємства
Рекомендації (по типу «приведи друга»)	Працює на будь-якій позиції. Залежить від лояльності персоналу

Джерело: сформовано автором

Оголошення, які є найефективнішими:

1. Візуально-привабливе для кандидата;
2. релевантне – те, яке відповідає цільовій аудиторії (місце розташування, вік, стать, мова, освіта і т.д.);
3. заманливе, те, яке відповідає мотивам майбутніх кандидатів;
4. чіткий мотив до дій, щоб майбутній кандидат розумів, що йому треба робити.

В таблиці 2.1 представлено канали поширення вакансій для пасивного хедхантингу, тобто платформи, які використовує для пошуку потенційних працівників ресторан «Тайський Привіт», проте в табл. 2.2 відображено рекомендаційні канали розміщення вакантних пропозицій досліджуваного підприємства.

Також потрібно роздивитися, який цикл використовує хедхантер при відборі персоналу, виділяє основні зони при відборі персоналу. Приклад циклу зображений на рисунку 2.4.

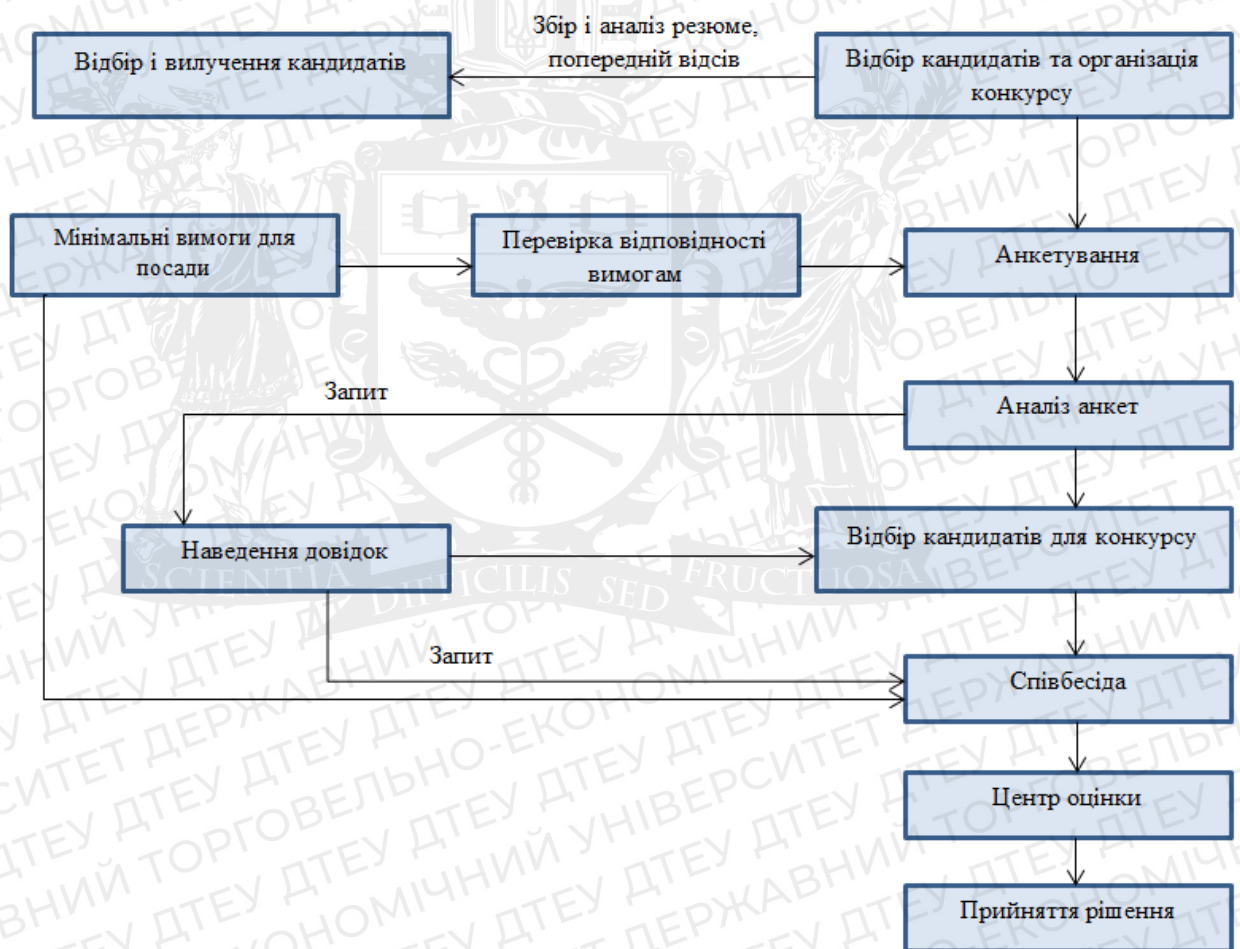


Рис. 2.4. Приклад циклу при відборі персоналу хедхантером

Джерело: побудовано автором на основі [6]

Отже, даний рисунок показує складний процес дослідження перед прийняттям кінцевого рішення. В ньому описаний повний цикл який проходить вакансія до прийняття остаточного рішення.

Способами підбору персоналу займається хедхантер:

1. Ідентифікація особи;
2. Перевірка всіх соціальних мереж, збір контактної інформації;
3. Обговорення із замовником обраної кандидатури, після дослідження;
4. Обговорення усіх можливих ризиків, стратегій виходу на людину;
5. Контакт з кандидатом – ціль, запросити на зустріч, співбесіду;
6. Підготовка замовника на зустріч. Обговорення нюансів.

Приклад циклу зображений на рисунку 2.5.



Рис. 2.5. Способи підбору персоналу хедхантером у закладі «Тайський Привіт».

Джерело: побудовано автором на основі [6]

Головна мета – передбачити всі можливі і неможливі ризики та пропрацювати маневри. Підготовка Job offer – як правило важкі етапи переговорів, складні умови пропозицій.

Отже, хедхантинг – метод пошуку кращих у своїй справі людей, мистецтво знайти кращого серед найкращих.

В даний час йде серйозна боротьба за професіоналів. Керівництво кожної компанії розуміє, що успіх у значній мірі залежить від кваліфікації персоналу. Фахівці упевнені, що саме хедхантинг тримає кадровий ринок у постійному

тонусі. Для працівників це один зі шляхів просування, кар'єрного росту. Для роботодавця це, з одного боку, шлях знайти потрібного фахівця, а з іншого боку - стимул піклуватися про збереження своїх кадрів, підвищуючи їхню лояльність і умотивованість. Сучасні процеси прискорення глобалізації, посилення конкуренції на ринках породжують попит на ексклюзивних фахівців. Це свідчить про те, що в хедхантинга є велике і стабільне майбутнє. Хедхантинг грає важливу роль у системі підбору персоналу для ресторанного бізнесу. Цей метод дозволяє ресторанам залучати талановитих працівників, прискорювати процес адаптації та забезпечувати високу якість обслуговування. Ресторани, які інтегрують хедхантинг у свою систему підбору персоналу, мають більше шансів досягти успіху та виділитися на ринку.

Загалом можна зазначити такі інструменти хедхантингу для закладу ресторанного бізнесу «Тайський привіт»:

1. Вивчення ресторанної індустрії: формування особливостей та вимог до кандидатів, на основі діяльності тайського ресторану;
2. Створення ідеального профілю: разом з менеджерами ресторану необхідно створити ідеальний профіль кандидата для кожної посади: необхідні навички, досвід та характеристики, якими має володіти потенційний працівник;
3. Розширення мережі контактів: запросіть хедхантерів вести активний пошук у своїй мережі професійних контактів, зосереджуючись на ресторанных фахівцях, особливо з досвідом в тайській кухні або в азіатській кулінарії загалом;
4. Активність на професійних платформах: попросіть хедхантерів активно пошукати та зв'язуватися зі спеціалістами в галузі ресторанного бізнесу на професійних платформах. Це дозволить їм знайти висококваліфікованих претендентів та встановити контакт з ними;
5. Персональні інтерв'ю та оцінка: розробіть структурований процес інтерв'ю та оцінки для кандидатів, які були виявлені хедхантерами. Включіть етапи, такі як співбесіда зі спеціалістом з харчування, дегустація тайських страв або практичне завдання, щоб оцінити їх навички та здатність адаптуватися до вашого ресторанного середовища;

6. Систематичний підхід: слідкуйте за процесом хедхантингу, встановивши метрики відбору та виявлення талантів. Аналізуйте результати, співставляючи їх з вимогами ідеального профілю кандидата. При необхідності вносьте корективи у процес для досягнення кращих результатів.

Для покращення процесу підбору персоналу для ресторану «Тайський Привіт» пропонуємо:

1. Розвиток онлайн-профілів кандидатів: варто розглянути можливість створення онлайн-портфоліо або профілів кандидатів, де вони можуть відображати свої навички, досвід, освіту та рекомендації. Це дасть змогу виявити талановитих кандидатів з більш широкого кола претендентів.

2. Використання психометричних тестів: додавання психологічних тестів у процес підбору може допомогти оцінити особистісні якості, комунікативні навички та робочі характеристики кандидатів. Це може допомогти відібрати кандидатів, які найкраще підходять для конкретних ролей та ресторанної культури.

3. Розширення каналів пошуку: рекомендується активно використовувати різні канали пошуку кандидатів, такі як професійні соціальні мережі, спеціалізовані сайти з роботою, спільноти кухарів та гастрономічні школи. Це дозволить залучити різноманітний та талановитий персонал.

4. Покращення взаємодії з кандидатами: важливо забезпечити зручну комунікацію та швидку відповідь на запитання кандидатів, шляхом використання автоматизованих систем повідомлень або чат-ботів, які можуть надати основну інформацію, а також допомогти у процесі подачі заявок.

5. Залучення командних інтерв'ю: впровадження командних співбесід, які включають представників різних департаментів ресторану, які можуть допомогти оцінити взаємодію кандидата з іншими членами команди та його здатність працювати в колективі.

6. Навчальні програми та стажування: впровадження навчальних програм або стажувань для кандидатів, які показали потенціал, але можуть потребувати додаткової підготовки. Це дозволить розвивати внутрішній талант та створить можливості для просування усередині організації.

7. Залучення зацікавлених сторін: залучення потенційних працівників до оцінки та обговорення робочих умов, заробітної плати та переваг може сприяти залученню кандидатів, які більш відповідають потребам ресторану та розподіляють його цінності.

8. Створення сильного бренду роботодавця: робота над позиціонуванням ресторану як привабливого місця для праці може залучати талановитих кандидатів. Варто акцентувати унікальну культуру робочого середовища, можливості для розвитку та кар'єрного зростання.

Впровадження цих пропозицій може сприяти покращенню процесу хедхантингу та залученню відповідного талановитого персоналу до ресторану «Тайський Привіт».

2.2. Оцінка ефективності запропонованих заходів

Оцінюючи ефективність заходів хедхантингу треба врахувати такі аспекти:

1. Професіоналізм хедхантерів: використання досвідчених та професійних хедхантерів є важливим елементом успішного хедхантингу. Їхні знання ринку праці та специфіка ресторанної індустрії, а також їх здатність ефективно виявляти, залучати та оцінювати таланти, можуть суттєво позитивно вплинути на результати;

2. Цільова спрямованість: важливо, щоб хедхантери мали чітке розуміння потреб і вимог вашого ресторанного бізнесу. Це дозволить їм краще спрямувати свої зусилля на пошук та привласнення кандидатів, які найкращим чином відповідають вашим потребам;

3. Мережа контактів: хедхантери з великою мережею професійних контактів та здатністю до ефективної комунікації мають більше можливостей знаходити висококваліфікованих кандидатів. Їхні зв'язки та ресурси можуть значно полегшити процес пошуку талентів;

4. Процес оцінки та відбору: важливо мати чіткий процес оцінки та

відбору кандидатів, щоб забезпечити об'єктивність і знайти найкращі зіставлення для вашого ресторану. Це може включати персональні інтерв'ю, тестування та перевірку референцій;

5. Постійна комунікація: ефективна комунікація між хедхантерами та вами, як роботодавцем, є ключовим фактором успіху. Часті оновлення щодо процесу пошуку, регулярна зворотна зв'язок та взаємодія під час відбору кандидатів можуть значно покращити результати;

6. Звернення до хедхантингу : цей захід може бути дуже ефективним, оскільки дозволяє залучити професіоналів з відповідною експертизою в ресторанну галузь та тайську кухню. Вони можуть знайти висококваліфікованих кандидатів, які відповідають вимогам вашого ресторану;

7. Розширення мережі контактів: активний пошук контактів серед ресторанних фахівців може дати хороші результати. Залучення хедхантерів до співпраці зі своїми контактами може забезпечити доступ до потенційних кандидатів з релевантним досвідом у тайській кухні або загалом в азіатській кулінарії;

8. Активність на професійних платформах: використання професійних платформ, таких як LinkedIn, може дати можливість зв'язатися зі спеціалістами ресторанної галузі. Це може бути важливим кроком у пошуку висококваліфікованих претендентів, які можуть внести цінний внесок у ваш ресторан;

9. Розробка ідеального профілю: цей крок допоможе уточнити очікування та вимоги до кандидатів. Це важливо для забезпечення правильного підбору персоналу, що відповідає конкретним потребам вашого ресторану;

10. Персональні інтерв'ю та оцінка: структурований процес інтерв'ю та оцінки допоможе забезпечити об'єктивну оцінку кандидатів. Додаткові етапи, такі як співбесіда зі спеціалістом з харчування та дегустація страв, можуть бути корисними для оцінки навичок та відповідності претендентів.

Ці запропоновані заходи мають потенціал для покращення процесу хедхантингу в ресторані «Тайський привіт».

За аналізований період 2022 рік дохід закладу ресторанного господарства

«Тайський Привіт» складає – 1 955 000 грн. Відповідно до цього розраховуємо термін окупності.

Таблиця 2.3

Кошторис витрат розроблених пропозицій

Захід	Зміст	Очікувана вартість	Очікувані витрати
Найм професійного хедхантера	купити послуги професійного хедхантера чи рекрут-агенства	Пошук топ-менеджера – 20 000 грн, працівника нижче за рангом 7 000 -12 000 грн.	264 000 грн/рік
Покращення атмосфери в колективі	спільні заходи, цілкове або часткове покриття аренди за житла, коштів за професійне навчання, абонементів до спортзалу або на їжу в обід.	100 000+ грн/рік	3 456 000 грн/рік
Meeting з колективом	обговорення цілей та необхідності пошуку людей на вакантну посаду.	50 000 грн/рік	264 000 грн/рік
Покращення атмосфери в колективі	корпоративні заходи	110 000 грн/рік	200 000 грн/рік
Створення сильного бренду роботодавця	робота над позиціонуванням ресторану як привабливого місця для праці може залучати талановитих кандидатів.	105 000 грн/рік	150 000 грн/рік
Навчальні програми та стажування	запровадження навчальних програм або стажувань як для нових кандидатів так і для усього колективу	250 000 грн/рік	6 336 000 грн/рік
Використання психометричних тестів	додавання психологічних тестів у процес підбору	40 000 грн/рік	264 000 грн/рік
Загалом:		682 000 грн/рік	10 934 000 грн/рік

Джерело: сформовано автором

Для розрахунку терміну окупності використаємо формулу:

Термін окупності = Витрати / Щорічний дохід

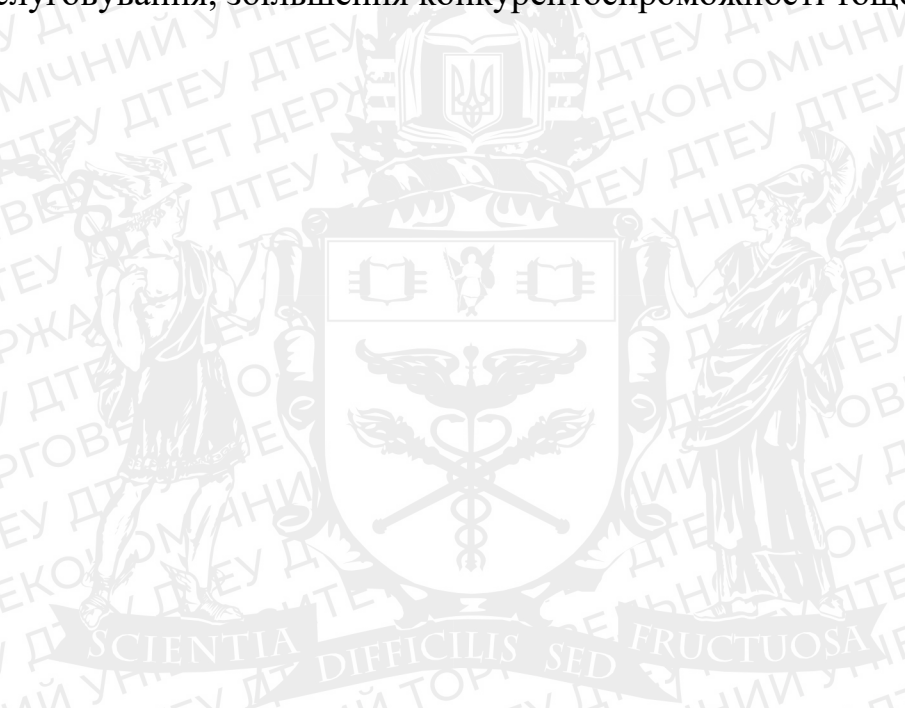
Термін окупності = 682,000 / 1,955,000

Термін окупності ≈ 0.3496 року (або близько 4.2 місяці).

Запропоновані заходи є доцільними для використання у цьому закладі з огляду на розрахунок терміну окупності. Згідно отриманого результату,

запропоновані заходи повинні окупитись протягом приблизно 4.2 місяців, що свідчить про те, що вони мають потенціал приносити прибуток і відновлювати витрати в короткотерміновій перспективі.

Такий термін окупності вказує на ефективність запропонованих заходів і може бути важливим фактором прийняття рішення про їх впровадження. Доцільність використання цих заходів також може бути підтверджена аналізом інших факторів, таких як потенційне збільшення клієнтської бази, покращення якості обслуговування, збільшення конкурентоспроможності тощо.



ВИСНОВКИ

1. В ході проведення дослідження хедхантингу в системі підбору персоналу в ресторанному бізнесі досліджено процес хедхантингу, проаналізовані методи відбору персоналу у закладі ресторанного бізнесу «Тайський Привіт».

2. На основі аналізу фінансової звітності підприємства здійснено дослідження основних показників економічної діяльності ресторану «Тайський Привіт». Кваліфікований персонал є запорукою процвітання підприємства в управлінні для збільшення прибутків, урегулювання системи фінансової звітності, збільшення продажів і як наслідок більшого прибутку закладу.

3. Підбір персоналу передбачає комплекс різноманітних заходів з метою пошуку та відбору працівника на певні вакантні посади. Цей процес можливо здійснювати за допомогою трьох основних сучасних технологій: хедхантингу, рекрутингу та скринінгу. Різниця визначених технологій полягає у їхніх вартості, результативності та спрямованості. Таким чином, можна зробити висновок, що в сучасних умовах роботодавці мають значні можливості для ефективного використання проаналізованих технологій підбору персоналу. Реалізація сукупності запропонованих сучасних технологій кадрового менеджменту сприятиме зростанню продуктивності праці персоналу та ефективності функціонування підприємств.

4. На основі проведеного дослідження визначено процес хедхантингу, його види та особливості, який використано при пошуку шеф-повара ресторану «Тайський Привіт».

5. У другому розділі роботи визначено та запропоновано джерела для пошуку кандидатів на вакантні місця.

6. На основі визначеного кошторису запропонованих заходів встановлено, що кошторис витрат складає – 682 000 грн/рік. Термін окупності складає приблизно 4 місяці, що є прийнятним показником, тому є доцільним для використання у закладі ресторанного господарства «Тайський Привіт».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. FEDORIV VLOG. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.youtube.com/watch?v=YaTm3cSMINE&ab_channel=FEDORIVVLOG
2. Team balbek bureau. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.balbek.com/thailand-hi>
3. Беленко П. / Executive search, headhunting: етапи ексклюзивного підбору / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.navigator.lg.ua/arts.php?mode=r&art=r0027>.
4. Беляєв С. / Чим хедхантери відрізняються від рекрутерів? / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://recruitingblog.com.ua/2013/02/10/chem-hedhanteryi-otlichayutsya-ot-rekruterov/>
5. Грицак Н. / Кадрові війни: як не стати донором / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.agrobusiness.com.ua/kermokerivnyka/1265-kadrovi-viiny-iak-ne-staty-donorom.html>
6. Дар'я та Михайло Кацуріни. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.youtube.com/watch?v=tofdabU92_0&ab_channel=%D0%94%D0%BE%D0%BF%D1%83%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BC%2C%D0%9C%D0%B8%D1%88%D0%B0
7. Джек Мітчелл / «Обійми своїх співробітників» / -2018 рік, 288 с.
8. Рязанов А. / Що таке хед-хантінг і чи є він в Україні? / Робота та кар'єра / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.jobs.ua/articles/14/978///>
9. Тайський Привіт: як народжуються ресторани. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://royaldesign.ua/ru/tayskiy-privet-film-o-tom-kak-sozdat-restoran.bX8tB>
10. «Тайський привіт». / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://thailandhi.privet.delivery/takeaway/section:blyuda>.
11. ТОП-10. Хедхантінг в Україні / Хедхантінг або Executive Search

компанії в Україні / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://alltop10.org/uk/top-10-hedhanting-v-ukraine-hedhanting-ili-executive-search-kompanii-v-ukraine/>

12. Хану О.О., Заборська Н.К., Бондаренко О.М. / Хедхантинг як метод підбору персоналу / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=76892>

13. Хедхантинг / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vua.com.ua/headhunting.html>

14. Хедхантинг як ефективний маркетинговий хід у веденні «кадрової війни» / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.academia.edu>.

15. Ющенко Д. / Методи вербування у бізнесі / Психологія бізнесу / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.b17.ru/article/verbovka_v_biznese/

16. Якуба В. / Етика хедхантингу: Як Google переманила співробітника у Apple / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://finam.info/news/kak-udergat-svoih-sotrudnikov>.

17. Ярослав Друзюк. «Тайський Привіт»: міське кафе з кухнею Таїланду біля Золотих воріт. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.the-village.com.ua/village/food/new-place/291141-thailand-hi-tayskiy-pryvrit-katsurin-balbek-bureau-chehovskiy-honchara>