

# Як планувати персонал, щоб покращити доходність готелю: результати власного аналітичного дослідження

Людмила Петрук, Директор Milina Outsourcing

# Важкий «людський фактор»



Реакцію **важко** прогнозувати  
Поведінку **важко** контролювати  
Інформацію **важко** передавати  
Результат **важко** передбачити  
Лояльність **важко** втримати  
Професійність **важко** розвинути  
Зміни **важко** впровадити  
Зв'язок **важко** визначити  
Якість **важко** виміряти  
Витрати **важко** скоротити

Їх багато, їх не подолати



≥ 33%

# Світ намагається винайти «магічну формулу» персоналу готелю



Який **готель**, такий персонал  
Яке **середовище**, такий персонал  
Який **гість**, такий персонал

Які плани ставить власник, таким буде персонал => **персонал потрібно планувати правильно**

# «Правильно» - це...

- Для кого наш готель?
- Хто наші працівники?
- Які їх потреби?
- Як завантажується наш готель?
- Що приносить нам гроші?

# Дослідження **HS-FR**

- Питання в тому, як добре ми **розподіляємо кожну одиницю персоналу**, щоб вона приносила максимум прибутку
- Доведена **хаотичність** прийняття рішень більшістю готельєрів України
- Персонал – найбільша **витрата** та «головний біль» готельєра, яка скорочує дохід готелю
- Мета – **мінімізувати персонал як витрату**, але не втратити складник якості обслуговування
- Оптимізація йде за рахунок **прогнозування доходності** готелю
- Штатний розклад гнучкий та створюється за рахунок **спеціальних математичних методів** під потреби закладу
- Потреби закладу – це розмір, місце розташування, вид туристів та інші фактори, що впливають однаково і на дохід готелю, і на розподіл персоналу

**(HS)**

# Ми винайшли наступні **важелі впливу**:

- Розмір готелю
- Організаційна структура
- Ступінь централізації всіх процесів, включаючи управління
- Рівень розвитку комунікацій (окремо розглядалась технологічна відкритість)
- Швидкість прийняття рішень (ієрархія до власника)
- Існуючі програми мотивації персоналу
- Вид персоналу та його різноманітність

**(FR)**

## Ми винайшли наступні **важелі впливу**:

- Ціноутворення готелю
- Завантаження готелю (кориговане за сезонністю)
- Додаткові бонуси, премії для персоналу
- Гнучкість різноманітних витрат на персонал
- Розташування готелю



# Формула:

$$(-HS) * absolute = RevPAR(FR)$$

HS = розподіл персоналу у готелі, всі важелі у регресійній моделі як незалежна змінна

FR = фінансовий результат діяльності, на основі доходу від кожного номеру,  
зваженого у регресійній моделі як залежна змінна

absolute = RevPAR, специфічний коефіцієнт для кожного типу закладу, сформований за  
рахунок визначення доходності кожного працівника для готелю

# Практичне застосування:

- Визначає, **скільки потрібно персоналу** у який період чи сезон
- Базується не на загальній формулі, а на визначених важелях **саме під Ваш заклад**
- Дозволяє **суттєво економити на персоналі**, не знижуючи якість обслуговування
- Усуває проблему **зайвих робіт** та зайвого персоналу
- Сприяє **оптимізації робочих процесів**

# Сміливий погляд у майбутнє...



# Ваша посмішка – наш успіх.

Успіхів, творчого натхнення у роботі,  
активного та вдалого форуму,  
важливого балансу особистого життя! 😊

Ми завжди готові до спілкування.

Milina Outsourcing

[www.moconsulting.com.ua](http://www.moconsulting.com.ua)

[lvivhospitality.wordpress.com](http://lvivhospitality.wordpress.com)