

## **МОТИВАЦІЯ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ НА ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

*К.О. Катошина, О.В. Гусєва*  
*Науковий керівник: О.В. Гусєва*

*Одеський Національний Економічний Університет, м. Одеса*

В умовах нових механізмів господарювання, орієнтованих на ринкову економіку, перед підприємствами встає необхідність застосовувати нові підходи до операційної діяльності. У зв'язку з цим зростає внесок кожного працівника в кінцеві результати. Одна з головних задач для підприємств різних форм власності, в тому числі для підприємств готельного господарства, – пошук ефективних способів управління працею, що забезпечують активізацію людського фактора. Вирішальним фактором результативності діяльності людей є їх мотивація.

Недоліком сучасного готельного бізнесу є нестача кадрів. Особливо це стосується фахівців середньої ланки. В Україні, ця проблема відчувається дуже гостро. При цьому, проблема полягає не стільки в тому, що галузь, в її сьогоденнішньому вигляді досить молода, а в тому, що програми мотивації в готельних підприємствах нерозвинені. І цей фактор, на нашу думку, залишається найбільш слабкою ланкою в управлінні готелем.

Теорія і практика економічної діяльності дозволили розробити багато визначень мотивації праці. Основним серед них є розгляд мотиву як спонукання до діяльності, викликаного потребами людини. Звідси випливає, що в основі мотивів діяльності лежать потреби людини, без задоволення яких вона відчуває дискомфорт і прагне його подолати. У даному контексті потреба розглядається як усвідомлена необхідність у чомусь потрібному, що спонукає до діяльності [1].

Головними важелями мотивації до праці є стимули. Тому мотивація праці розглядається як процес стимулювання окремого працівника або групи працівників до дій, що спрямовані на досягнення індивідуальних або спільних цілей. Стимул – це зовнішнє спонукання до дії, тобто причина поведінки людини. На практиці на підприємствах готельного господарства використовуються різні види стимулів:

1. Примушення. Підприємства готельного господарства розробляють адміністративні методи примушування, до яких відносяться: догана, звільнення з роботи й т.п.

2. Матеріальне заохочення – це стимул у матеріально-грошовій формі: заробітна плата, тарифна ставка, винагорода за результати, премія з прибутку, компенсаційна виплата, видача санаторних, туристичних та інших видів путівок тощо.

3. Моральне заохочення – це стимули, спрямовані на задоволення духовних і моральних потреб людини. Воно пов'язане з внутрішніми мотивами людської поведінки, до яких відноситься любов до своєї справи, прагнення до самовдосконалення, творчості та самовираження.

До основних форм мотивації працівників підприємницьких структур готельного господарства відносяться такі: заробітна плата, що відповідає внескові працівника до результатів діяльності підприємства та система матеріальних пільг працівникам; нематеріальні пільги і привілеї; заходи, що підвищують інтерес до праці, самостійність і відповідальність працівника, стимулюють підвищення його кваліфікації; створення сприятливої соціальної атмосфери, усунення різних бар'єрів між рядовими працівниками й апаратом управління; моральне заохочення працівників; просування працівників по службі [2].

В рамках грошової мотивації в готелях часто використовують процентну систему оплати праці, покарання у вигляді штрафів і рідше кредит для співробітників. Грошова мотивація може принести істотної шкоди, якщо її ходи безграмотні чи погано продумані. Нематеріальна мотивація припускає зовсім незначні витрати або повну їх відсутність і відповідає на питання, як змусити працювати персонал краще не переплачуючи. Необхідно навчитися правильно, доносити інформацію, яку персонал розумів би і вірив в неї. Розказувати про глобальну мету, чітко сформулювавши її. Адже, неправильно поставлена мета це шлях в нікуди. Підлеглий реально повинен знати, що він отримає. Кажучи про нематеріальну мотивацію необхідно продумати систему навчання, атестації та підвищення кваліфікації. Категорія шукачів роботи, без досвіду і бажанням вчитися, згодна на середню зарплатню. Для багатьох власників підприємств готельного господарства саме ця категорія приваблива для найму. Також, індивідуальний комплімент для працівника стане відмінним важелем, якщо буде мати матеріальну оболонку, і тим самим стимулюватиме інших працівників до кращих результатів. Класичною, але від цього не менш дієвою мотивацією, є заохочення співробітників, у вигляді присвоєння йому будь-якого звання. Наприклад: «Кращий ресепшійніст місяця», «Кращий менеджер СПІР» та ін.. Це потягне за собою змагальний ефект і стане серйозним стимулом до досягнення високих показників. У великих мережевих готелях розвинена система корпоративних тарифів. Для того щоб співробітники мали можливість відпочивати в готелях мережі по мінімальному тарифу. Крім цього, знижки можуть надаватися на ряд інших послуг.

Отже, мотивація трудової діяльності – основний важіль стимулювання зростання продуктивності праці на підприємствах готельного господарства. Існує багато способів і методів стимулювання як матеріальних, так і нематеріальних. Найбільш ефективно поєднання матеріальних і моральних стимулів.

#### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу - К.: Центр учбової літератури, 2007. – с 138-140.
2. Яркіна Т.В. Основы экономики предприятия: Краткий курс Учебное пособие. — М.: Российский гуманитарный интернет-университет (РГИУ), 2005. – с 64-66.